



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

**Měření spokojenosti občanů se službami obecního úřadu**  
**Measurement of Citizen Satisfaction with the Municipal Services**

Student:

Jan Kubeša

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Markéta Zajarošová

Ostrava 2009

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Ostravě, dne 27. dubna 2009

.....

Jan Kubeša

Rád bych poděkoval vedoucí mé bakalářské práce Ing. Markétě Zajarošové za odborné konzultace, cenné rady a připomínky při zpracování bakalářské práce, dále pak Mgr. Zdeňce Leščišinové za poskytnuté informace o městě Frenštát p. R. a také své rodině a přítelkyni za podporu.

Jan Kubeša

# OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>CHARAKTERISTIKA MĚSTA FRENŠTÁT POD RADHOŠTĚM A JEHO OKOLÍ.....</b>	<b>3</b>
2.1	HISTORIE .....	4
2.2	MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ OBCE.....	5
2.2.1	Demografické prostředí .....	5
2.2.2	Ekonomické prostředí .....	6
2.2.3	Politicko-právní prostředí.....	6
2.2.4	Sociálně-kulturní prostředí .....	7
2.2.5	Přírodní prostředí.....	9
2.2.6	Technologické prostředí .....	10
<b>3</b>	<b>TEORETICKÁ VÝCHODISKA MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI .....</b>	<b>11</b>
3.1	SPOKOJENOST.....	11
3.1.1	Spokojenost zákazníka .....	11
3.1.2	Zjišťování spokojenosti zákazníků.....	11
3.1.3	Vytváření hodnoty pro zákazníky .....	12
3.2	DEFINICE A VLASTNOSTI SLUŽEB .....	14
3.2.1	Vlastnosti služeb .....	15
3.3	MARKETINGOVÝ MIX MĚST A OBCÍ.....	17
3.3.1	Produkt .....	17
3.3.2	Cena.....	18
3.3.3	Distribuce .....	19
3.3.4	Marketingová komunikace .....	19
3.3.5	Lidé.....	21
3.3.6	Materiální prostředí .....	22
3.3.7	Procesy .....	23
3.3.8	Partnerství.....	23
<b>4</b>	<b>METODIKA VÝZKUMU .....</b>	<b>25</b>
4.1	PŘÍPRAVNÁ FÁZE.....	25
4.2	REALIZAČNÍ FÁZE .....	27
4.3	CHARAKTERISTIKA VÝBĚROVÉHO VZORKU .....	28

<b>5</b>	<b>ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBČANŮ.....</b>	<b>30</b>
5.1	ANALÝZA VÝSLEDKŮ .....	30
5.1.1	Vyhodnocení první oblasti dotazníku .....	30
5.1.2	Vyhodnocení druhé oblasti dotazníku.....	32
5.2	VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ .....	43
<b>6</b>	<b>NÁVRHY A DOPORUČENÍ .....</b>	<b>44</b>
6.1	NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ ŽIVOTNÍ ÚROVNĚ A SLUŽEB .....	44
6.2	NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ SPORTOVNÍCH ZAŘÍZENÍ .....	45
6.3	NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ KULTURNÍCH ZAŘÍZENÍ .....	46
6.4	NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ PROPAGACE .....	47
<b>7</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>48</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>50</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK</b>	
	<b>PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE</b>	
	<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	

# 1 ÚVOD

Téma mé bakalářské práce je zaměřeno na veřejnou správu, a to především na oblast základní územní samosprávy, obce. Veřejná správa hraje velmi důležitou roli v životě každého z nás. Ať už žijeme kdekoli, rozhodování místní správy ovlivňuje naše životy jak přímo, tak i nepřímo.

Proto hlavním cílem veřejné správy by mělo být uspokojit potřeby a přání svých zákazníků, tedy občanů. Se vstupem České republiky do Evropské unie prošla veřejná správa řadou reforem, které měly podpořit poskytování kvalitních služeb a zvýšit životní úroveň obyvatel.

Mezi služby poskytované veřejnou správou řadíme zejména zdravotnictví, sociální služby, školství, sport a kulturu, dopravu, bezpečnost, ochranu životního prostředí a celou řadu dalších. Mezi jednotlivými službami, které poskytují obce a města, existuje vzájemná závislost a zanedbání jedné oblasti může mít velký vliv na rozvoj města a kvalitu životní úrovně. Proto přítomnost marketingových výzkumů a zvolení správné marketingové strategie by mělo být pro každou obec samozřejmostí.

Informace o spokojenosti obyvatel, získané z marketingových výzkumů jsou základním kamenem při vytváření správné strategie k rozvoji města a tím i zlepšení životní úrovně mnohých obyvatel.

Cílem mé bakalářské práce bude zjistit spokojenost obyvatel se službami obecního úřadu města Frenštát pod Radhoštěm a to především v oblasti kultury a sportu. Tuto oblast jsem si vybral záměrně, neboť tyto služby jsou mi blízké a podle mého názoru obecním úřadem zanedbány.

Výzkum bude prováděn metodou osobního dotazování a na základě zjištěných výsledků, ať pozitivních, či negativních se pokusím navrhnout doporučení, která by napomohla obecnímu úřadu zlepšit sportovní a kulturní vyžití ve Frenštátě pod Radhoštěm.

Právě se nacházíme v období, kdy můžeme čerpat finanční zdroje ze strukturálních fondů Evropské unie na rozvoj měst a obcí. Bylo by tedy nešťastné, kdybychom se nepokusili využít těchto prostředků.

Doufám, že informace, které získám, budou dostačujícím podnětem a snad i podkladem pro kroky vedoucí ke zlepšení situace v oblasti kultury a sportu ve Frenštátě pod Radhoštěm.



## 2 CHARAKTERISTIKA MĚSTA FRENŠTÁT POD RADHOŠTĚM A JEHO OKOLÍ

Město Frenštát pod Radhoštěm se rozkládá v malebné kotlině moravskoslezských Beskyd, pod památnou horou Radhošť, a na soutoku říček Lomná, Lubina a Bystrá. [10]

Beskydy jsou po Šumavě druhou největší chráněnou krajinnou oblastí v ČR s rozlohou 1 160 km<sup>2</sup>. K jejímu zřízení došlo usnesením Ministerstva kultury v roce 1973. Beskydy tvoří západní část Karpatské soustavy. Podnebí Beskyd je dáno střetem oceánického a kontinentálního klimatu. Většina území spadá do kategorie oblastí chladných s nejnižší průměrnou roční teplotou 2,5°C. Celá oblast je poměrně bohatá na srážky, kde např. Lysá hora (nejvyšší hora Beskyd) má průměrnou roční hodnotu 1 532 mm a patří k srážkově nejbohatším místům ČR. Průměrná délka slunečního svitu je 1 600 h za rok. [10; 13]

Frenštát svou polohou spadá pod Moravskoslezský kraj a v rámci reformy veřejné správy v roce 2003 byl městu přiznán statut obce s rozšířenou působností (tzv. obec III. stupně). Mezi správní obvod obce patří Trojanovice, Tichá, Lichnov, Bordovice a Veřovice. Rozloha města činí 1 143 ha a k 30. 10. 2008 má 11 232 obyvatel. Starostou města je Mgr. Stanislav Hrabovský. [10; 9]

Ve Frenštátě můžeme najít krásné historické jádro (viz příloha 1, obr. 1.1), které je od roku 2003 městskou památkovou zónou. Náměstí dominuje novorenesanční radnice s vyhlídkovou věží z roku 1890, ve které se nachází originál sochy pohanského boha Radegasta, vytvořenou frenštátským rodákem Albínem Poláškem. Dále zde můžeme najít spoustu památek a zajímavostí, mezi které patří například Muzeum ve Frenštátě p. R., památník Bratří Strnadlů a J. Knebla, Pohankový Mlýn, Pustevny a mnohé další. [10]

Do Frenštátu je možno se dostat po silnici I. třídy č. 58 (Ostrava – Příbor – Frenštát p. R. – Rožnov p. R.) nebo po silnici II. třídy č. 483 (Frýdlant n. O. – Frenštát p. R. – Nový Jičín). Do 20 km od Frenštátu je možnost napojit se na silnice I/48 (E462) Olomouc – Český Těšín – Polsko nebo I/18 (488) Valašské Meziříčí – Makov – Polsko. [10]

## 2.1 HISTORIE

Frenštát pod Radhoštěm byl založen pravděpodobně na přelomu 13. a 14. století. Pro nedostatek písemných podkladů není zřejmé přesné datum vzniku, ani osoba jeho zakladatele. Vznik a následný rozvoj města byl zpočátku svázán s šostýnským panstvím, později však s panstvím hukvaldským olomouckého biskupství. [10]

První historický podklad s výpovědní hodnotou zmiňuje existenci města až kolem roku 1382 pod názvem Frankenstadt. Od 16. století se město stává centrem obchodu a trhů. Protože se v okolí nacházela naleziště železné rudy, byl zde postaven železný hamr pro její zpracování a také se začala rozvíjet řemeslná výroba. S rozvojem řemeslné výroby souvisí i první cech ve Frenštátě a to cech tkalcovský od roku 1598. [10; 7]

Vzhled města poznamenaly četné požáry a válečné události. V roce 1626 bylo město vypáleno a o 20 let později obsazeno a vydrancováno Švédy. Od poloviny 17. století prošlo město hospodářským rozvojem v souvislosti s pasekářkou a valašskou kolonizací. V tomto století také dochází k největšímu rozmachu v oblasti tkalcovství. To v polovině 19. století zažívá velkou krizi v odbytu a následně dochází k početnému vystěhovalectví obyvatel do Ameriky. Přesto však toto řemeslo přinášelo až do nedávné minulosti obživu pro mnoho obyvatel Frenštátu. [10; 7]

Od druhé poloviny 19. století nastává významné období pro rozvoj města. V roce 1850 je volen městský úřad se starostou a vytváří se první městská samospráva. V tomto období přechází rukodělné tkalcovství na mechanickou výrobu a začíná rozvoj průmyslu. V odvětví průmyslu převažovalo především barvířství, punčochářství a výroba ohýbaného nábytku. K rozvoji města přispělo vybudování železniční tratě v roce 1888 a nové příjezdové cesty. [10; 7]

Frenštát pod Radhoštěm byl také sídlem mnoha spolků s různým zaměřením. K nejvýznamnějším z nich můžeme zařadit Pohorskou jednotu Radhošť založenou v roce 1884. Vznikla jako první český turistický spolek s cílem vybudovat a zpřístupnit turistické trasy s útulnami a rozšířit tak rozvoj turistiky v oblasti Beskyd. Nejznámější útulny jsou vybudovány na Pustevnách a to Libušín a Maměnka, které navrhl architekt Dušan Jurkovič. [10; 7]

Slibný vývoj města zastavila až druhá světová válka. Během okupace přišlo o život několik desítek občanů na popravistiích, v koncentračních nebo pracovních táborech a při partyzánské činnosti. Město bylo osvobozeno 6. května 1945. Po válce dochází k celkové rekonstrukci města a dalšímu rozvoji. S tím souvisí velká bytová výstavba, vybudování nových kulturních a sportovních zařízení, nových prodejen a restaurací. Současně se tvoří nová infrastruktura města vybudováním nových komunikací, plynovodu, vodovodu a kanalizace. [10]

## 2.2 MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ OBCE

### 2.2.1 Demografické prostředí

Demografické prostředí je pro město poměrně významné, protože se týká lidí a lidé tvoří trhy. Sledováním jednotlivých znaků, jako jsou změny ve velikosti a věkové struktuře obyvatel, migraci, růstem vzdělanosti a dalších, může město pohotově reagovat na nepříznivý vývoj a předcházet tak mnohým problémům, které z nich plynou. Patří zde především velikost populace ve městě, jeho sociální, příjmová, kvalifikační, věková a vzdělanostní struktura, ekonomická aktivita, apod. [2]

K 30. 10. 2008 mělo město Frenštát pod Radhoštěm evidováno 11 232 obyvatel. Počet obyvatel od roku 1999 do roku 2008 má převážně klesající tendenci (viz tab. 1.1). [8]

**Tab. 1.1: Vývoj počtu obyvatel ve Frenštátě p. R.**

Vývoj počtu obyvatel ve Frenštátě pod Radhoštěm k 1. 1. 2008										
Rok	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Počet obyvatel	11 558	11 554	11 376	11 350	11 381	11 334	11 209	11 201	11 173	11 187

Zdroj: (8, str. 6), upraveno autorem

Dalším důležitým demografickým ukazatelem je vývoj nezaměstnanosti. K 30. 10. 2008 byla míra nezaměstnanosti 4,43 %. Je pravděpodobné, že se hodnota tohoto ukazatele bude dramaticky měnit s ohledem na právě probíhající celosvětovou finanční krizi. Vývoj míry nezaměstnanosti od roku 2004 do roku 2008 je v následující tabulce (viz tab. 1.2). [8]

**Tab. 1.2: Vývoj nezaměstnanosti ve Frenštátě p. R.**

Vývoj nezaměstnanosti ve Frenštátě pod Radhoštěm k 30. 10. 2008					
Rok	2004	2005	2006	2007	2008
Míra nezaměstnanosti	9,50 %	8,07 %	6,67 %	4,65 %	4,43 %

Zdroj: (8, str. 14), upraveno autorem

Skladba obyvatelstva dle pohlaví je ve Frenštátě p. R. v poměru 48 % muži a 52 % žen (viz příloha 2), dle věkových skupin je ve věkové skupině od 0 do 14 let 1 573 obyvatel, od 15 do 64 let 7 928 obyvatel a od 65 a více je 1 098 obyvatel. Podrobné informace o demografických ukazatelích města jsou uvedeny v sociodemografické analýze (viz příloha 2). [8]

### **2.2.2 Ekonomické prostředí**

Ekonomické prostředí regionu a obce je do jisté míry ovlivněno dlouhodobými modely, tradicí podnikání a podnikatelskou kulturou. Vytvářením vhodných podnikatelských aktivit může obec příznivě ovlivnit vývoj ekonomického prostředí a zvýšit tak kupní sílu, nákupní chování a sociální složení obyvatelstva apod. Hlavním nástrojem ekonomického prostředí je rozpočet města. [2]

Rozpočet města Frenštát p. R. pro rok 2009 byl schválen 11. 12. 2008 zastupitelstvem města a byl stanoven jako vyrovnaný. Celkové příjmy rozpočtu činí 235 824 500 Kč a výdaje činí 296 818 500 Kč. Z rozpočtového salda je zřejmé, že rozpočet je deficitní ve výši 60 994 000 Kč. Tento deficit bude financován z přebytečných prostředků obecního rozpočtu roku 2008 (viz příloha 3). [11]

### **2.2.3 Politicko-právní prostředí**

Jednotlivá marketingová rozhodnutí jsou významně ovlivněna vývojem politicko-právního prostředí. V rámci místní správy vytváří pravidla pro chování představitelů obcí. Pravomoc a možnost uplatnění marketingových koncepcí při řízení obcí je vytyčen zákony, vyhláškami a předpisy.

Obec má možnost aktivně se podílet na vytváření právního prostředí zákonem č. 128/2000 Sb. o obcích a dalšími zákony a vytvářet tak atraktivnější prostředí především pro malé a střední podniky. Politicko-právní prostředí ovlivňuje i chování ostatních subjektů působících na území města včetně obyvatel a návštěvníků. [2]

Prostřednictvím politicko-právního prostředí město Frenštát p. R. prosazuje řadu obecně závazných vyhlášek a nařízení. Mezi obecně platné vyhlášky patří například vyhláška o nakládání s komunálním odpadem, o místních poplatcích, o ochraně životního prostředí, přírody a krajiny, o zřízení městské policie apod. K nařízením města můžeme zmínit stanovení maximální ceny za nucené odtahy vozidel, tržní řád, atd. [9]

## **2.2.4 Sociálně-kulturní prostředí**

Sociálně-kulturní prostředí se podobně jako prostředí demografické promítá do celkového obrazu dané obce a ovlivňuje tím její vnímání veřejností. K sociálně-kulturnímu prostředí řadíme kulturu, vzdělání, tradice města, rodinné vztahy, obecné zvyklosti a v neposlední řadě i změny v hodnotových preferencích. [2]

Vzhledem k zaměření mé bakalářské práce právě na oblast kultury a sportu je důležité, přiblížit toto prostředí co možná nejpřesněji.

Frenštát pod Radhoštěm je poměrně bohatým městem na kulturní akce. Patří k nim celá řada folklorních a divadelních představení, plesy, výstavy a slavnosti. Z folklorních skupin můžeme zmínit Valašský soubor Sedmikvítek, Valašský soubor písní a tanců Radhošť z Trojanovic nebo Frenštátskou cimbálovou muziku Radegast. K divadelním souborům patří amatérské divadlo Waterloo. [10; 7]

Tyto akce jsou realizovány prostřednictvím Městského kulturního střediska, které je organizační složkou města a sdružuje Dům kultury a Kino (viz příloha 1 obr. 1.2 a obr. 1.3). Součástí Domu kultury je městská knihovna, Výstavní síň Albína Poláška a čajovna Magnolie (viz příloha 1, obr. 1.2). [10]

Hlavním úkolem Domu kultury je organizace kulturních a městských akcí. K poskytovaným službám patří organizace kulturních akcí, vylepování plakátů, organizace kurzů, provozování Výstavní síně Albína Poláška a čajovny Magnolie, organizace městských akcí (Frenštátské kulturní léto, Frenštátské slavnosti, Gulášové slavnosti, Setkání cimbálových muzik Valašského království, Sochařské sympozium) a zpracování a vydávání městského zpravodaje. [10; 7]

Od roku 2001 je společným prostorem Domu kultury městská knihovna a čajovna Magnolia. Prostory Magnolie jsou využívány jako studovna a čítárna pro návštěvníky městské knihovny. Mimo běžný provoz je čajovna určena ke kulturním, vzdělávacím a hudebním akcím. S přechodem z klasické databáze lístkových katalogů na výpočetní databázi se podstatně změnila rychlost a orientace v knihovním fondu. To umožnilo také rozšířit nabídku knih a časopisů. Počátkem roku 2008 tato sbírka představovala více než 69 000 svazků knih a 215 titulů novin a časopisů. Výstavní síň Albína Poláška je galerijním prostorem, který vznikl v roce 2004. Pořádají se zde výstavy současných umělců a uměleckých seskupení v oboru malba, kresba, fotografie, sochařství, řezbářství, interiérová plastika, keramika apod. V současné době zde například probíhá výstava fotografií Sary Saudkové. [10]

Dalším významným kulturním zařízením ve Frenštátě je městské muzeum. Muzeum není součástí Městského kulturního střediska, jeho vlastnictví spadá pod Moravskoslezský kraj, konkrétně je součástí Muzea Novojičínska. Městu patří pouze pozemek, na kterém stojí. Muzeum nabízí celkem devět expozic zaměřené na oblast Frenštátu a jeho okolí s možností přednášek a audiovizuálních programů (viz příloha 1, obr. 1.4). [10; 7]

Mikroregion Frenštátsko nabízí mnoho zajímavých sportovních aktivit. Přilehlé kopce lákají nejen k letním a zimním adrenalinovým sportům, ale i k pěší turistice. Zmínit můžeme sjezd na kolech nebo lyžích, létání na rogalu, paragliding, paintball, tarzanie apod. Samotné město Frenštát nabízí celou řadu sportovních vyžití. Jsou to například squash, bowling, sportovní střelnice, tenisové kurty, zimní stadion, půjčovna motokár, jízda na koních atd. [10; 7]

Ke sportovním zařízením provozované městem patří Městská sportovní hala, aquapark, krytý bazén, sauna, sportovní hřiště u základních škol a dětská hřiště. [9]

Městská sportovní hala nabízí možnost využití jako tenisový kurt, volejbalové nebo basketbalové hřiště. Součástí areálu je i víceúčelové venkovní hřiště (viz příloha 1, obr. 1.5). [10]

Aquapark Frenštát pod Radhoštěm - je tvořen víceúčelovým a plaveckým bazénem, dětským bazénem, tobogánem, vodní skluzavkou, masážními tryskami, dětským brouzdalištěm a beachvolejbalovým hřištěm (viz příloha 1, obr. 1.6). [10]

Krytý bazén - nabízí návštěvníkům možnost volného plavání ve vyhřívaném bazénu délky 25 metrů. Pro děti a neplavce je připraven malý bazén. Součástí areálu bazénu je i menší sauna (viz příloha 1, obr. 1.7). [10]

Městská sauna se nachází blízko aquaparku. Provozní doba sauny je pouze čtvrtek a pátek v období říjen až duben. Sauna nabízí návštěvníkům tři druhy saunování a to zvlášť muži, ženy a naturalisté (viz příloha 1, obr. 1.8). [10]

## 2.2.5 Přírodní prostředí

Přírodní prostředí je základním potenciálem obce pro různé typy podnikatelských aktivit. Zahrnuje především umístění obce v regionu, její velikost, klimatické podmínky, přírodní zdroje, dopravní možnosti, úroveň technické infrastruktury, ekologické podmínky apod. [2]

Umístění Frenštátu p. R. v regionu, velikost, klimatické podmínky i dopravní možnosti jsou zmíněny v úvodu kapitoly „**Charakteristika města a jeho okolí**“. Přírodní zdroje jsou úzce spjaty s ekologickými podmínkami a životním prostředím. Město Frenštát p. R. i přilehlé obce už dlouhá léta bojují proti otevření dolu Frenštát, který má bohaté ložiska zemního plynu a černého uhlí. Množství zemního plynu je odhadováno na 50 miliard m<sup>3</sup>, což by stačilo na pokrytí potřeb celé ČR na období pěti let a množství černého uhlí se odhaduje na 2,3 miliardy tun, to představuje zásobu na 50 let. Není divu, že těžařské společnosti usilují o znovu otevření toho dolu. Vzhledem k tomu, že všechny obce mikroregionu Frenštátska se zaměřují na cestovní ruch a využívají přírodních podmínek pro přilákání návštěvníků do tohoto kraje, je proto zcela pochopitelná zarputilost a obava proti těmto dolům. [12]

## 2.2.6 Technologické prostředí

Technologické prostředí zahrnuje faktory, které vytvářejí nové technologie, a tím nové produkty a nové příležitosti na trhu. Pokud se jedná o vliv tohoto prostředí na místní správu, jedná se především o využití poznatků vědy a techniky pro řízení obce. Příklad může být vytvoření vnitřního i vnějšího informačního systému, využití komunikační techniky k propagaci obce apod. [2]

Město Frenštát p. R. stejně jako většina obcí v ČR využívá k propagaci internetové prezentace ve formě www stránek. Tato technologie je pro komunikaci, zviditelnění obce a přiblížení se k potencionálním návštěvníkům velmi důležitá. Stejně tak i pro občany města, jelikož zprostředkovává mnoho informací z prostředí Městského úřadu pomocí on-line úřední desky nebo nabízí možnost stažení a podání nejrozumnějších formulářů a tiskopisů. [9]



## 3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI

### 3.1 SPOKOJENOST

#### 3.1.1 Spokojenost zákazníka

„Obecně lze říci, že **spokojenost** je pocit radosti nebo zklamání nějaké osoby vyvolaný porovnáním vnímaných výkonů (nebo vnímaného výsledku) k očekáváníí“<sup>1</sup>.

Na základě této definice můžeme říci, že pokud nedojde ke splnění očekáváníí, je zákazník nespokojený a naopak předčí-li výrobek nebo služba očekáváníí, je zákazník vysoce spokojený nebo potěšený. [3]

Na otázku „jak si kupující vytvářejí svá očekáváníí“, odpovíme, jsou založena na minulých nákupních zkušenostech, na názorech přátel a známých, na informacích a slibech firmy a konkurence. Vytváření správné hladiny očekáváníí je důležité ze dvou hledisek. V prvním případě, pokud marketéři nastaví očekáváníí příliš nízko, uspokojí ty, kteří nakupují, ale nepřilákají dostatek kupujících. Ve druhém případě, pokud nastaví příliš vysoká očekáváníí, budou kupující snadno zklamáni. [4]

#### 3.1.2 Zjišťování spokojenosti zákazníků

Podle P. Kotlera můžeme rozdělit způsoby zjišťování spokojenosti do 4 skupin:

**Systém přání a stížností** – tento systém umožňuje zákazníkům vyjádřit svá přání a stížnosti pomocí různých formulářů, schránek na připomínky, zákaznických telefonních linek, apod. Tento systém nemusí firmě vždy poskytnout kompletní obrázek o spokojenosti zákazníka. Často se stává, že většina zákazníků místo stížnosti prostě změní dodavatele. Avšak informace získané z tohoto systému mohou být pro firmu podnětem k rychlému odstranění problémů. [4]

---

<sup>1</sup> **KOTLER, Philip a KELLER, Kevin Lane.** *Marketing management*. 12. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. str. 182. 978-80-247-1359-5.

**Průzkumy spokojenosti zákazníků** - tyto průzkumy mohou sledovat spokojenost zákazníků přímo. Je možné pokládat dodatečné otázky, aby se zjistily úmysly zákazníků k dalším nákupům a pravděpodobnost nebo ochota doporučit společnost a značku jiným. [3]

**Mystery shopping** – tento způsob zjišťování spokojenosti je založen na tzv. falešných zákaznících - jsou to pracovníci výzkumu. Tito „falešní zákazníci (mystery shoppers)“ přicházejí k firmě s konkrétním problémem a zjišťují, jak dokáží zaměstnanci firmy vyřešit složité situace. Mohou si například stěžovat na kvalitu jídla v restauraci a sledují, jak se majitel restaurace zachová. To samé lze provést při telefonické stížnosti a sledovat telefonickou službu firmy. [4]

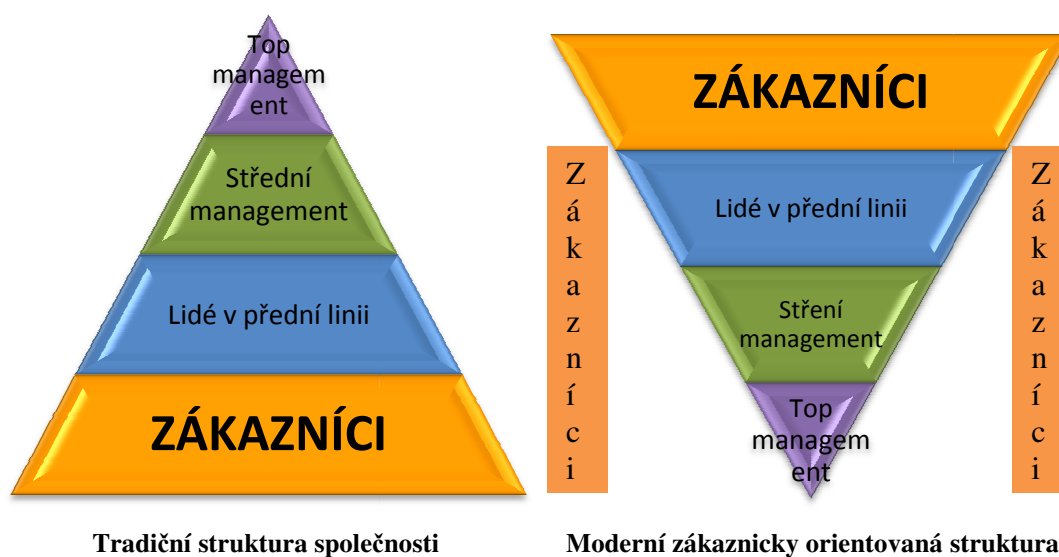
**Analýza ztracených zákazníků** – tato metoda je založena na kontaktování zákazníků, kteří přestali nakupovat nebo kteří přešli ke konkurenci, a zjistit, proč k tomu došlo. Monitorováním míry ztráty zákazníků je pro firmu velmi důležité, neboť rostoucí míra ztráty naznačuje, že firma své zákazníky neuspokojuje. [4]

### 3.1.3 Vytváření hodnoty pro zákazníky

V dnešní společnosti je uspokojování zákazníků stále těžší. Většina z nich, se smířilo s tím, že jejich spotřební zkušenosti jsou převážně nepříjemné. Je zvykem, že služby a výrobky plní svou funkci. Proto si zákazníci stěžují, pokud zprostředkovatelé danou službu neposkytnou, jak slíbí, nebo nenaplní očekávání. [4]

Aby všichni ti, kteří na dnešním trhu působí, ať už jde o veřejný či soukromý sektor byli úspěšní, musí být **zákaznický orientovaní** – tj., musí poskytovat vyšší hodnoty pro cílové zákazníky.(viz obr. 3.1) [4]

Obr. 3.1: Tradiční organizace společnosti v porovnání s moderní společností orientovanou na zákazníky



Zdroj: (3, str.178), upraveno autorem

Vytvářením správné hodnoty pro zákazníky je velice důležité, neboť zákazníci nakupují převážně od společností, které jim podle jejich názoru poskytují nejvyšší získanou hodnotu. Ta je dána rozdílem mezi celkovou hodnotou pro zákazníka a celkovými náklady. [4]

### **Získaná hodnota pro zákazníka**

„Rozdíl mezi celkovou hodnotou pro zákazníka a celkovými náklady marketingové nabídky – tzv. „zisk“ zákazníka“. <sup>2</sup>

### **Celková hodnota pro zákazníka**

„Suma hodnoty produktu, služeb, zaměstnanců a image, které kupující z marketingové nabídky získá“. <sup>2</sup>

### **Celkové náklady pro zákazníka**

„Suma všech finančních, časových, energetických a psychických nákladů spojených s marketingovou nabídkou“. <sup>2</sup>

<sup>2</sup> KOTLER, Philip, a další. *Moderní marketing. 4. evropské vyd.* Praha : Grada Publishing, 2007. str. 536. 978-80-247-1545-2.

Základem této koncepce je tedy správný odhad celkové hodnoty a celkových nákladů pro zákazníka z hlediska marketingové nabídky poskytovatele služby i konkurence a to proto, aby mohl rozhodnout, jak jeho nabídka vyhovuje získané hodnotě pro zákazníka. [4]

## 3.2 DEFINICE A VLASTNOSTI SLUŽEB

Fenoménem posledních let je vysoký nárůst v poskytování služeb. Tento posun směrem k ekonomice služeb je dán skutečností, že lidé mají stále více peněz a volného času a že se objevují složitější výrobky, které služby vyžadují. [4]

Definice služby podle Kotlera zní následovně: „**služba** je jakýkoliv akt nebo výkon, který může jedna strana nabídnout jiné straně a který je svojí podstatou nehmotný a nevede ke změně vlastnictví čehokoliv“.

Složka služeb často představuje více či méně důležitou část celkové nabídky. Lze rozlišit pět kategorií nabídek: [3]

**Ryze hmotné zboží** – nabídka je tvořena pouze hmotným zbožím. S daným výrobkem nejsou spojeny žádné doprovodné služby.

**Hmotné zboží s doprovodnými službami** – nabídka je tvořena hmotným zbožím, doprovázeno jednou nebo více službami. Čím je základní výrobek technologicky složitější, tím je jeho prodej závislejší na doprovodných zákaznických službách.

**Hybridní** – nabídka je tvořena stejnou mírou ze zboží i služeb.

**Převažující služba s doprovodným menším zbožím a službami** – nabídka je tvořena z jedné větší služby, která je spojena buď s dalšími menšími službami, nebo doprovodným zbožím.

**Ryzí služba** – nabídka tvořena primárně ze služby.

### 3.2.1 Vlastnosti služeb

Při tvorbě marketingových programů se musí zohlednit pět základních vlastností služeb: **nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, pomíjivost a absenci vlastnictví.** [4]

#### **Nehmotnost**

Nehmotnost znamená, že služby nelze jednoduše vystavit, ani si je před zakoupením prohlédnout, ochutnat, poslechnout nebo se jich dotknout. Vzhledem k tomu, že služby s sebou nenesou hmotné charakteristiky, které by mohl kupující před zakoupením zhodnotit, je proto namísto zvýšená nejistota zákazníků. Aby se tato nejistota snížila, hledají nakupující „signály“ kvality služeb. Ty si nejčastěji vytvářejí podle kvality, místa, lidí, vybavení, komunikačního materiálu, symbolů a cen apod. [3; 4; 6]

#### **Neoddělitelnost**

Neoddělitelnost znamená, že služby nelze oddělit od jejich poskytovatelů, ať už jsou to lidé či stroje. Při produkci služby je přítomen jak poskytovatel, tak i zákazník. Tato interakce mezi nimi je specifickým rysem marketingu služeb. Dalším rysem je přítomnost i dalších zákazníků. Jejich chování může znatelně ovlivnit, nakolik budou jednotliví zákazníci se službou spokojeni. [4; 6]

#### **Proměnlivost**

Proměnlivost služeb znamená, že kvalita služeb závisí na tom, kým, kdy, kde a jak jsou poskytovány. Na chování zaměstnanců v klíčových pozicích, závisí v konečném důsledku na schopnosti uspokojit zákazníka. Možnost firmy zvýšit kontrolu a kvalitu těchto zaměstnanců je v následujících třech krocích: [4]

**Investovat do dobrých postupů přijímání a zaučování** – získávat správné zaměstnance a poskytnout jim kvalitní trénink. [3]

**Standardizovat proces výkonu služby napříč celou společností** – připravit plán služeb a pomocí vývojového diagramu rozpoznat místa potenciálního selhání. [3]

**Monitorovat spokojenost zákazníků** – to zahrnuje systémy přání a stížností, výzkumy zákazníků a srovnávací nakupování apod. [3]

## **Pomíjivost**

Pomíjivost znamená, že služby nelze uskladnit pro pozdější prodej či použití. Pokud je poptávka stálá, pomíjivost služeb není problémem. Jakmile však poptávka kolísá, je pro firmy poskytující služby problémem. Existuje několik strategií, které lépe sladí poptávku a nabídku služeb. [3; 6]

**Na straně poptávky** – cenová diferenciacce, poptávka mimo špičky, komplementární služby, rezervační systémy. [3]

**Na straně nabídky** – najímání zaměstnanců na částečný pracovní úvazek, lze zvýšit efektivitu v době špiček, lze zvýšit účast spotřebitelů, lze přejít ke společným službám, lze získat prostory pro budoucí expanzi. [3]

## **Absence vlastnictví**

Absence vlastnictví znamená, že zákazník koupí služby nezískává vlastnictví, ale pouze právo na poskytnutí služby. [6]

Kvůli absenci vlastnictví je důležité pro poskytovatele služeb posilovat identitu značky a spřízněnost se zákazníkem. Například pomocí následujících metod: [4]

Mohou používat pobídky k opakovanému využití služeb

Mohou vytvořit kluby či sdružení, která nabízejí pocit sounáležitosti a vlastnictví

Mohou posilovat identitu značky služby a spřízněnost se zákazníkem pomocí různých podpůrných prostředků (neomezené letenky do určitých lokalit apod.)

### 3.3 MARKETINGOVÝ MIX MĚST A OBCÍ

Marketingový mix obce představuje soubor taktických nástrojů, kterých může obec využít k úpravě své nabídky podle cílového trhu. Zjednodušeně řečeno zahrnuje vše, co obec může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu. Marketingový mix také napomáhá obci při výběru procesů, jejichž pomocí se produkt obce dostává k jednotlivým klientům, uživatelům a příjemcům. [2; 4]

Vytvoření marketingové strategie je zpravidla umožněno použitím jednotlivých nástrojů marketingové mixu, které tvoří základ marketingového plánu. Obec sama představuje pro své „zákazníky“ velmi složitý produkt. Je tvořen souborem hmotných i nehmotných prvků. [2]

Složitost celkového produktu obce je dána rozšířením běžných čtyř nástrojů marketingového mixu (produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace) o další čtyři nástroje (lidé, materiální prostředí, procesy a partnerství). [2]

Vzhledem k složitým vlastnostem poskytovaných služeb obcí, je nutné použít tento rozšířený komplex marketingového mixu. [2]

#### 3.3.1 Produkt

Produktem obce je vše, co město nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a potenciálním investorům a co slouží k uspokojování jejich individuálních nebo kolektivních potřeb. [2]

Aby jakákoliv marketingová strategie obce byla úspěšná, musí jednoznačně vycházet z **produktu** obce. Ať už se jedná o soukromý či veřejný sektor, podléhá produkt rozpočtovým omezením. Tyto omezení může obec zvýšit pomocí mimorozpočtových zdrojů, mezi které patří například partnerstvím se soukromým sektorem (partnerství při budování podnikatelských center, vědecko-technických parků nebo přípravě průmyslových zón), se svými občany (společná propagace obce) nebo s jinou obcí. [2]

Podle Janečkové a Vašítkové můžeme produkt obce rozdělit do těchto částí: [2]

Veřejné služby nabízené obcí nebo jí poskytované v rámci statutárních povinností

Nabídka prostor ve vlastnictví obce k užití soukromými vlastníky nebo k investování

Akce organizované obcí, za účelem nabídnout občanům a návštěvníkům zábavu a poučení a podnikatelům možnost realizace a propagace svých produktů

Obec jako taková, tvořená přírodním, historickým, sociálním i ekonomickým prostředím.

### **3.3.2 Cena**

Obecně lze cenu definovat jako peněžní částku účtovanou za výrobek nebo službu; případně souhrn všech hodnot, které zákazníci vymění za užitek z vlastnictví nebo užívání výrobků nebo služby. [4]

Z hlediska marketingového mixu je cena jediným prvkem, který přináší výnos a zároveň patří také k velmi flexibilním prvkům, který narozdíl od distribučních závazků nebo produktu můžeme rychle měnit. [4]

Cenu ve veřejném sektoru lze jen těžko považovat za rozhodující prvek při stanovení marketingové politiky obce. To vyplývá z faktu, že stanovení ceny není zpravidla v pravomoci poskytovatele produktu a většina služeb poskytovaných obcí jsou bezplatné nebo dotované. [2]

Cílem cenové politiky obce by mělo být umět odpovědět na následující otázky: [2]

**Dokážeme identifikovat spotřebitele služby?**

**Jaký cíl sledujeme zavedením ceny?**

**Jaká je schopnost spotřebitele platit?**

**Jaké jsou náklady na realizaci služby?**



Důkladná znalost nákladů je pro obec základním problémem při určování cen služeb. Rozdělení nákladů na čistě ekonomické (účetní) z pohledu obce nestačí, protože obec musí brát v úvahu také společenské náklady, které do značné míry souvisí i s náklady alternativních příležitostí. Příkladem může být zvýšení cen jízdného v MHD, které může sice snížit výši dotací, avšak může vést k zhoršení dopravní situace s negativními důsledky na životní prostředí města. [2]

### **3.3.3 Distribuce**

U tohoto prvku marketingového mixu je důležité, aby si obec zvolila správný distribuční kanál. Distribučním kanálem se myslí cesta, kterou se služba nebo produkt dostává ke konečnému spotřebiteli. [2]

Distribuční kanály může rozdělit do dvou skupin. Na přímý a nepřímý distribuční kanál. V případě přímého distribučního kanálu se jedná o poskytování služby (produktu) přímo obcí. Používá se zejména tam, kde obec vykonává přenesenou působnost státní správy, ale i v případě fakultativních služeb – např. poskytnutí sociálního příspěvku, příspěvku na bydlení, přidělení bytu apod. Výhodou této distribuce je možnost bezprostřední zpětné vazby a lepší kontroly nad způsobem poskytování služby. [2]

V případě nepřímého distribučního kanálu obec svěřuje poskytování služby jiné organizaci, soukromé nebo neziskové. Jedná se především o služby, které tyto organizace jsou schopny poskytnout efektivněji než obec, disponují specifickými zdroji vhodnými k poskytnutí této služby. Jedná se například o údržbu zeleně ve městě, péče o bytový fond apod. [2]

### **3.3.4 Marketingová komunikace**

Marketingová komunikace nebo také komunikační mix představuje různé typy komunikace se subjekty, kterým obec nabízí svůj produkt. Touto komunikací se obec snaží ovlivnit znalosti, postoje a chování zákazníků ve vztahu k produktům, které nabízí. [2]

Mezi nástroje používané marketingovou komunikací zpravidla řadíme: [2]

- Reklama
- Podpora prodeje
- Osobní prodej
- Public relation

### **Reklama**

Reklama je „jakákoli placená forma neosobní prezentace a propagace myšlenek, zboží nebo služeb identifikovaného sponzora“<sup>3</sup>.

Pomocí tohoto komunikačního nástroje může město či obec prosazovat a „zviditelňovat“ své území. Je zaměřena především na potencionální obyvatele, návštěvníky nebo investory. [2]

### **Podpora prodeje**

Podpora prodeje se skládá z krátkodobých pobídek, které mají podpořit základní přínosy nabízené výrobkem či službou a povzbudit tak jejich nákup. Zatímco reklama nabízí důvody, proč si výrobek koupit, podpora prodeje nabízí důvody, proč si je koupit právě teď. [4]

Příkladem mohou být cenové slevy na nájemném bytových i nebytových prostor nebo investice do přípravy nových pozemků města. [2]

### **Osobní prodej**

Využití tohoto nástroje je omezeno pouze na pracovníky městských a obecních úřadů, na jejich zodpovědnost a profesionální přístup. Neznamená to však, že tento nástroj komunikačního mixu nemá své opodstatnění. Hraje velmi důležitou roli nejen pro obyvatele obce, ale i pro návštěvníky a partnerská města. [2]

---

<sup>3</sup> **KOTLER, Philip, a další.** *Moderní marketing. 4. evropské vyd.* Praha : Grada Publishing, 2007. str. 1048. 978-80-247-1545-2.

## Public relation

Public relation v podstatě znamená: postupné budování dobrých vztahů s různými cílovými skupinami a to na základě získávání příznivé publicity, budování dobrého „image firmy“ a řešení a odvracení nepříznivých fám, pověstí a událostí. Mezi hlavní nástroje PR patří vztahy s tiskem, firemní komunikace, publicita produktu, lobování a poradenství. [4]

### 3.3.5 Lidé

Tento významný prvek marketingového mixu se týká především zaměstnanců a zákazníků obecního úřadu. Právě zaměstnanci obecního úřadu mají velký vliv na kvalitu poskytovaného produktu obce. Management obce je tvořen starostou (primátorem), jeho zástupci, obecní (městskou) radou, zastupitelstvem, tajemníkem a jednotlivými vedoucími oddělení obecního (městského) úřadu. Proto, abychom zjistili, jaké místo zaujímají jednotliví zaměstnanci při plánování, vytváření a realizaci produktu, použijeme Juddovu matici (viz obr. 3.1). [2]

Tab. 3.1: Juddova matice

Styk se zákazníky	Účast na tvorbě marketingového mixu	
	<i>vysoká</i>	<i>nízká</i>
<i>vysoký</i>	kontaktní personál	modifikátoři
<i>nízký</i>	ovlivňovatelé	izolovaný personál

Zdroj: (2, str.104) upraveno autorem

Kontaktní personál – častý styk s personálem, musí být dobře trénováni a připraveni k řešení problémů (pracovníci sociální péče, matriky, bytového a stavebního odboru)

Modifikátoři – občasné jednání se zákazníky, schopnost navodit dobrou atmosféru (sekretářky, vrátní, informátoři apod.)

Ovlivňovatelé – se zákazníky jednají pouze při důležitých oficiálních jednáních (potenciální investoři, oficiální návštěvy apod.)

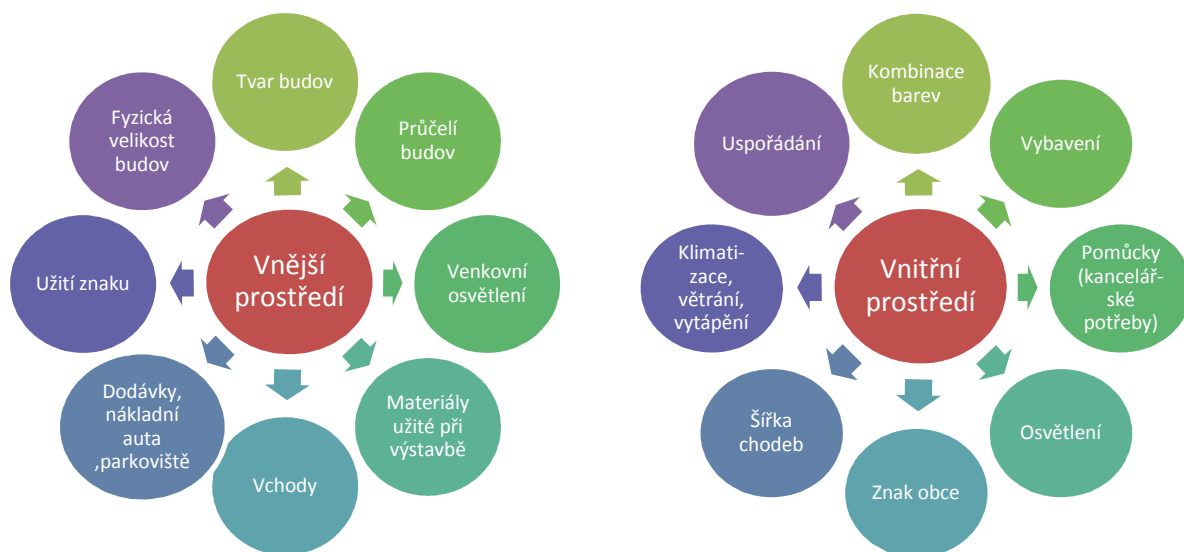
Izolovaný personál – jednají především s pracovníky jednotlivých útvarů obecního úřadu, vykonávají podpůrné funkce.

### 3.3.6 Materiální prostředí

Materiální prostředí představuje především přírodní prostředí obce a její celkové územní uspořádání včetně architektury a prostředí obecního úřadu. [2]

Většina služeb poskytovaných obcemi jsou služby nehmotného charakteru. K tomu, aby se daný produkt obce přiblížil a stal srozumitelnějším pro zákazníka, slouží právě materiální prostředí. Pro zákazníka je tedy materiální prostředí hmotnou stránkou, podle které může, alespoň částečně posoudit danou službu. V tomto smyslu můžeme materiální prostředí rozdělit do dvou skupin. Na *základní prostředí* – je neodmyslitelnou součástí dané služby (prostor, ve kterém je služba poskytována a jeho vybavení) a na *periferní prostředí* – pouze dotváří dojem základního prostředí (např. mapy města, jízdenky MHD, různé formuláře apod.). Využití materiálního prostředí je hlavně k odlišení produktu dané organizace od produktů ostatních organizací. [2]

Obr. 3.1: Materiální prostředí obecního úřadu



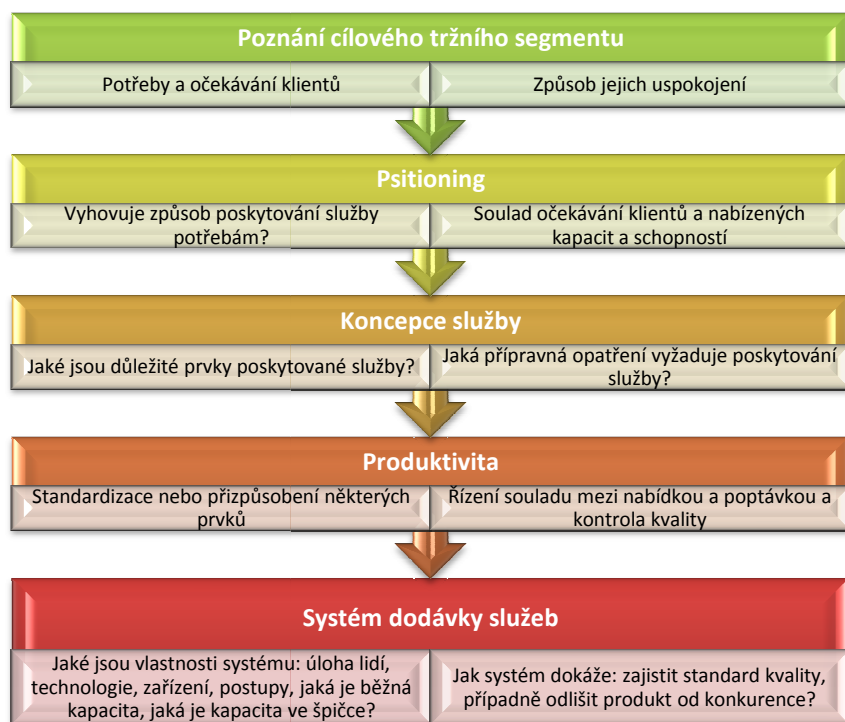
Zdroj: (2, str.87) upraveno autorem

### 3.3.7 Procesy

Procesy představují postup v poskytování produktu (převážně služeb) obce. Vzhledem k vysoké míře kontaktu poskytovatele služby se zákazníkem je důležité, aby zákazníci měli uspokojení nejen z produktu (většinou služby) samotného, ale i ze způsobu, jakým je služba dodána. K tomu slouží právě procesy. [2]

Z hlediska poskytování produktu obce můžeme rozdělit procesy na procesy poskytované přímo obecním úřadem nebo soukromými poskytovateli. [2]

Obr. 3.2: Plánování procesu poskytování služeb



Zdroj: (2, str.112) upraveno autorem

### 3.3.8 Partnerství

Partnerství patří k nejvýznamnějším prvkům rozšířeného komplexu marketingového mixu. Nabízený produkt, a také jeho rozvoj, je velice složitý a je sestaven z mnoha různých složek, produkováných často velmi odlišnými subjekty a sektory. [2]

Právě proto patří partnerství k nejvýznamnějším prvkům marketingového mixu, neboť management obce se neobejde bez partnerství všech subjektů tvořících produkt obce. Tyto subjekty pak tvoří jakousi síť vztahů mezi veřejným a soukromým sektorem a ovlivňují tak produkt obce. Obec se nemůže zaměřovat pouze na trh svých spotřebitelů. Je potřeba se zaměřit a udržovat dobré vztahy i na externím trhu, který je tvořen trhem dodavatelů, potenciálních pracovníků, referenčním trhem a trhem ovlivňovatelů. [2]

## 4 METODIKA VÝZKUMU

Informace potřebné k realizaci výzkumu jsem získal z primárních a sekundárních zdrojů. Primární informace jsem získal pomocí marketingového výzkumu, a to metodou osobního dotazování. Sekundární informace jsem získal především z materiálů města Frenštát p. R. a z internetových zdrojů – webové stránky města Frenštát p. R. ([www.mufrstat.cz](http://www.mufrstat.cz) a [www.frenstatpr.cz](http://www.frenstatpr.cz)), dále pak z webových stránek českého statistického úřadu ([www.czso.cz](http://www.czso.cz)) a ústavu územního rozvoje ([www.uur.cz](http://www.uur.cz)), apod.

### 4.1 PŘÍPRAVNÁ FÁZE

#### Definice problému a cíle výzkumu

Město Frenštát p. R. nabízí poměrně rozsáhlé možnosti jak kulturního, tak i sportovního vyžití. Problémem je, že většina městských zařízení jsou zastaralá, nekvalitní a poskytování služeb v těchto zařízeních není dostatečné. Cílem výzkumu bude zjistit spokojenost obyvatel se službami obecního úřadu města Frenštát pod Radhoštěm, a to především v oblasti kultury a sportu a v případě nespokojenosti obyvatel navrhnout možná řešení, jak nabízené služby zlepšit.

#### Stanovení hypotéz

H1: Víc jak 45 % dotázaných si myslí, že by mělo dojít k opravě nebo zlepšení služeb u dětských hřišť.

H2: Alespoň 25 % dotázaných si myslí, že úroveň kulturních zařízení je špatná.

H3: Víc jak 30 % dotázaných si připlatí 0 – 25 Kč za kvalitní kulturní vyžití.

H4: Víc jak 50 % dotázaných souhlasí se zavedením hudebně-kulturního klubu.

H5: Alespoň 40 % dotázaných by rádi získávali informace o probíhajících kulturních a sportovních akcích z internetu.

## **Metoda výzkumu**

Podkladem pro získání primárních informací se stal strukturovaný dotazník vyplněný metodou osobního dotazování. (viz příloha 4).

Dotazník se skládá z 21 otázek rozdělených do třech částí. První část je zaměřena na celkovou životní úroveň ve městě a poskytované služby jako jsou práce městské policie, péče o památky, propagace města apod. Druhá část dotazníku je zaměřena na sportovní a kulturní zařízení, která jsou pod správou města a na jejich propagaci. A v poslední třetí části se nachází identifikační otázky.

Otázky byly zaměřeny hlavně na spokojenost občanů se službami a stavem zařízení v oblasti kultury a sportu. Respondenti hodnotili otázky podle důležitosti na škále od 1 do 5, kdy 1 znamená velmi dobrý a 5 – znamená velmi špatný. U dalších otázek respondenti mohli volit jen jednu z nabízených odpovědí nebo naopak mohli vybírat z více odpovědí. Dvě otázky byly polouzavřené, kdy se respondenti mohli vyjádřit k dané problematice. Ostatní otázky byly identifikační.

Základní soubor se skládal z celého správního obvodu obce, který tvoří obce Bordovice, Frenštát p. R., Lichnov, Tichá, Trojanovice a Veřovice. Základní soubor tvoří 19 120 obyvatel a výběrový vzorek představuje 150 respondentů starších 18 let. Dotazování proběhne ve městě Frenštát p. R. v období prosinec 2008 až únor 2009, a to převážně v prostorách jednotlivých sportovních a kulturních zařízeních. Vyplněné dotazníky budou zpracovány v programu MS Excel. Dotazování bude provádět jediný tazatel Jan Kubeša.

## **Pilotáž výzkumu**

Dotazník byl testován na 10 respondentech. Při vyplňování dotazníku byly zjištěny drobné nedostatky, které byly následně odstraněny. Přepracovaný dotazník byl následně rozdán v terénu.



## Rozpočet výzkumu

Celkový rozpočet výzkumu byl stanoven ve výši 4 850 Kč. Jednotlivé položky a ceny jsou uvedené v následující tabulce (viz tab. 4.1)

Tab. 4.1: Rozpočet výzkumu

Položka	Cena
Náklady na tisk dotazníků	150,00 Kč
Náklady na psací potřeby	300,00 Kč
Náklady na dopravu	400,00 Kč
Ohodnocení vlastní práce	4 000,00 Kč
<b>Náklady celkem</b>	<b>4 850,00 Kč</b>

Zdroj: vlastní

## Harmonogram činností

Jednotlivé činnosti a časové rozvržení ve dnech jsou uvedené v následující tabulce (viz tab. 4.2)

Tab. 4.2: Harmonogram činností

Činnosti	Dny					
	05.11.08 - 10.11.08	15.11.08 - 25.11.08	27.11.08 - 05.12.08	06.12.08 - 10.03.09	11.03.09 - 25.03.09	26.03.09 - 05.04.09
Definování problému a cílů	x					
Plán výzkumu	x					
Tvorba dotazníku		x				
Pilotáž			x			
Sběr údajů				x		
Zpracování údajů				x		
Analýza údajů					x	
Návrhy a doporučení						x

Zdroj: vlastní

## 4.2 REALIZAČNÍ FÁZE

Realizace sběru dat se stalo období prosinec 2008 až únor 2009. Sběr dat probíhal ve městě Frenštát p. R., a to převážně technikou vhodného úsudku – dotazování v prostorách kulturních a sportovních zařízeních a částečně technikou vhodné příležitosti – známé osoby. Z celkového počtu 150 dotazníků bylo řádně vyplněných 140, zbylých 10 dotazníků bylo vyřazeno.

Vyhodnocení dotazníku bylo prováděno programem MS Excel. Data byly tříděny podle techniky prvního a druhého stupně, u vybraných otázek byl proveden test závislosti podle Pearsonova korelačního koeficientu. Kritéria pro hodnocení byla pohlaví, místo bydliště a věk. Jednotlivé výsledky byly zobrazeny pomocí grafů a tabulek. Stanovený rozpočet výzkumu byl dodržen a to ve výši 4 850 Kč.

### 4.3 CHARAKTERISTIKA VÝBĚROVÉHO VZORKU

Složení výběrového vzorku je vyhodnoceno podle kategorií pohlaví, věk a místo bydliště.

Počet respondentů z výběrového vzorku je 140. Z toho bylo 48 % mužů a 52 % žen. Vyjádřeno absolutních hodnotách tzn. 67 mužů a 73 žen (viz obr. 4.1).

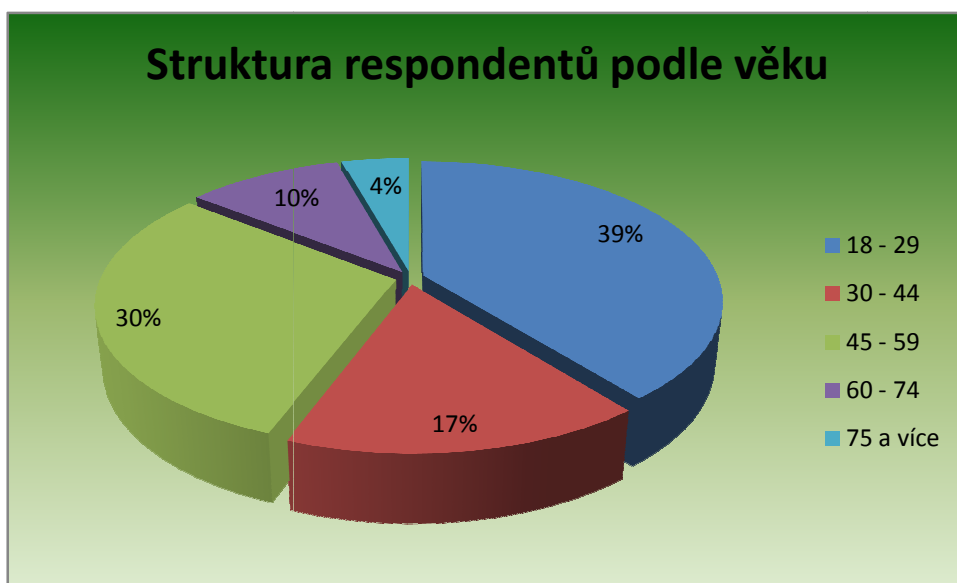
Obr. 4. 1: Struktura výběrového vzorku podle pohlaví



Zdroj: vlastní

Další kategorií byla věková struktura. V této otázce mohli respondenti vybírat z možností věku od 18 do 29 let, zde byla zaznamenána největší účast a to 39 % dotázaných (55 obyvatel). V další věkové kategorii od 30 do 44 let bylo zastoupeno 17 % dotázaných (23 obyvatel), v kategorii od 45 do 59 let bylo 30 % dotázaných (40 obyvatel), v kategorii od 60 do 74 let bylo 10 % (14 obyvatel) a v poslední kategorii od 75 a více let bylo zastoupeno 4 % dotázaných (6 obyvatel). Údaje jsou znázorněny na obr. 4. 2.

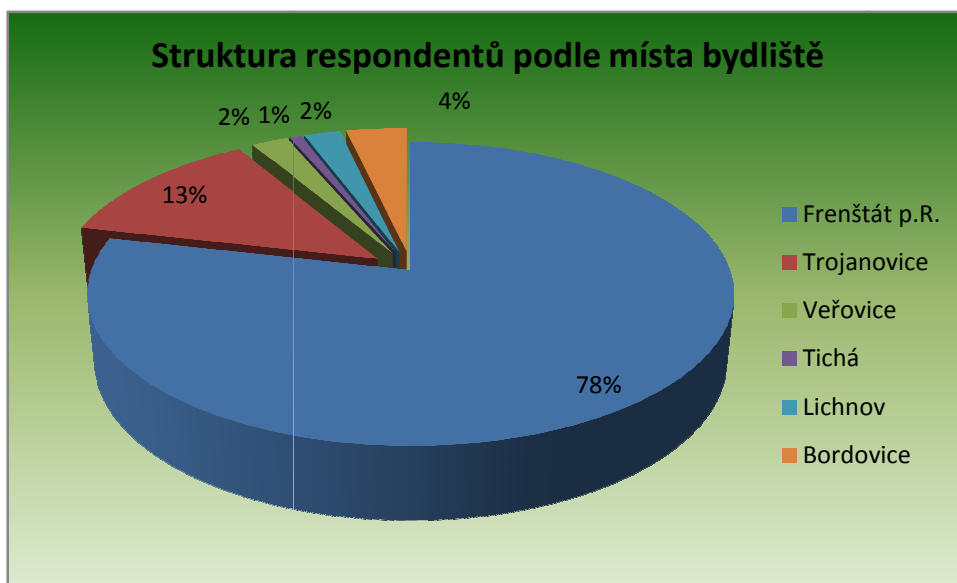
**Obr. 4. 2: Struktura výběrového vzorku podle věku**



Zdroj: vlastní

Poslední kategorizací výběrového vzorku bylo místo bydliště respondentů. Zde dotázaní vybírali z obcí spadajících pod správu Frenštátu p. R.. Největší zastoupení 78 % (110 obyvatel) bylo z Frenštátu p. R., dále pak Trojanovice 13 % (18 obyvatel), Bordovice 4 % (5 obyvatel), Veřovice 2 % (3 obyvatel), Lichnov 2 % (3 obyvatel) a Tichá 1 % (1 obyvatel), Údaje jsou znázorněny na obr. 4. 3.

**Obr. 4. 3: Struktura výběrového vzorku podle místa bydliště**



Zdroj: vlastní

## 5 ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBČANŮ

Analýza spokojenosti občanů byla provedena pomocí strukturovaného dotazníku, který se skládal ze tří hlavních oblastí. První oblast byla zaměřena na celkovou životní úroveň ve městě a poskytované služby. Druhá oblast byla zaměřena na sportovní a kulturní zařízení a v poslední třetí oblasti se nacházely identifikační otázky. Vybrané otázky z první a druhé oblasti jsou vyhodnoceny a graficky znázorněny v následující podkapitole **Analýza výsledků**. Podrobné informace o hodnocených oblastech jsou uvedeny v příloze 5.

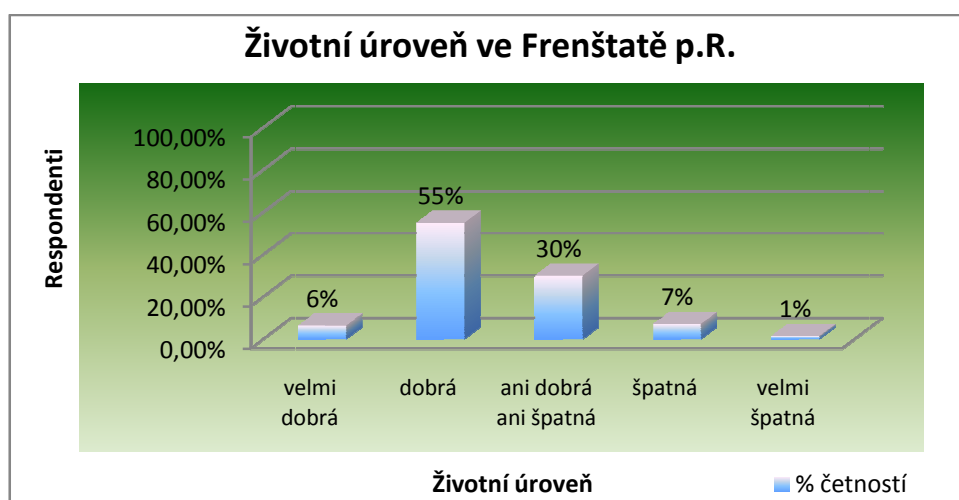
### 5.1 ANALÝZA VÝSLEDKŮ

#### 5.1.1 Vyhodnocení první oblasti dotazníku

##### 1. Jak byste ohodnotil/a životní úroveň ve Frenštátě p. R.?

V této otázce bylo na výběr z možností **velmi dobrá, dobrá, ani dobrá ani špatná, špatná a velmi špatná**. Tato otázka dopadla velmi pozitivně. Většina respondentů považuje životní úroveň ve Frenštátě p. R. za dobrou (55 % obyvatel). Druhou skupinou (30 % obyvatel) jsou respondenti, kteří si myslí, že životní úroveň není ani dobrá ani špatná. Ostatní skupiny (6 % obyvatel – úroveň velmi dobrá, 7 % obyvatel – úroveň špatná, 1 % obyvatel – úroveň velmi špatná). Z výsledků můžeme říct, že občané jsou s životní úrovní ve Frenštátě p. R. spokojeni (viz obr. 5. 1).

Obr. 5. 1: Životní úroveň ve Frenštátě p. R.



Zdroj: vlastní

## 2. Jak byste ohodnotil/a současný stav těchto oblastí?

Zde respondenti hodnotili na škále od **1 – stav velmi dobrý až 5 – stav velmi špatný** a měli na výběr z těchto oblastí:

**Propagace města** – zde respondenti uvedli 10 % (14 obyvatel) stav velmi dobrý, 39 % (54 obyvatel) stav dobrý, 36 % (50 obyvatel) stav ani dobrý ani špatný, 11 % (15 obyvatel) stav špatný a 5 % (7 obyvatel) stav velmi špatný. Tato oblast dopadla také velmi dobře a můžeme říct, že **občané jsou s propagací města spokojeni**.

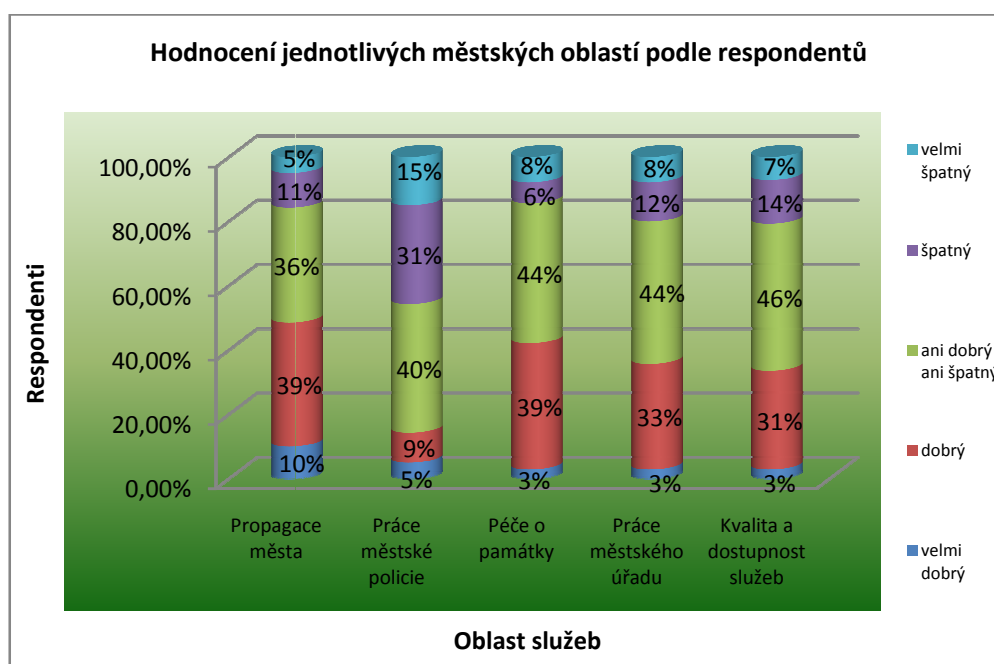
**Práce městské policie** – v této oblasti respondenti uvedli 5 % (7 obyvatel) stav velmi dobrý, 9 % (13 obyvatel) stav dobrý, 40 % (56 obyvatel) stav ani dobrý ani špatný, 31 % (43 obyvatel) stav špatný a 15 % (21 obyvatel) stav velmi špatný. U této oblasti se většina respondentů shodla, že **práce městské policie je spíše podprůměrná a spokojenost občanů je malá**.

**Péče o památky** – 3 % (4 obyvatelé) stav velmi dobrý, 39 % (55 obyvatel) stav dobrý, 44 % (61 obyvatel) stav ani dobrý ani špatný, 6 % (9 obyvatel) stav špatný a 8 % (11 obyvatel) stav velmi špatný. Tuto oblast respondenti hodnotili spíše kladně, **jen 14 % respondentů si myslí, že péče o památky je špatná nebo velmi špatná. Občané jsou s péčí o památky spokojeni**.

**Práce městského úřadu** – 3 % (4 obyvatelé) stav velmi dobrý, 33 % (46 obyvatel) stav dobrý, 44 % (62 obyvatel) stav ani dobrý ani špatný, 12 % (17 obyvatel) stav špatný a 8 % (11 obyvatel) stav velmi špatný. **I tato oblast dopadla poměrně kladně, nespokojených občanů je 20 %**.

**Kvalita a dostupnost služeb** – 3 % (4 obyvatelé) stav velmi dobrý, 31 % (43 obyvatel) stav dobrý, 46 % (64 obyvatel) stav ani dobrý ani špatný, 14 % (19 obyvatel) stav špatný, 7 % (10 obyvatel) stav velmi špatný. Tato oblast dopadla také kladně a můžeme říct, že **občané jsou s kvalitou a dostupností služeb spokojeni**. (viz obr. 5. 2.).

Obr. 5. 2: Hodnocení spokojenosti s městskými službami



Zdroj: vlastní

### 5.1.2 Vyhodnocení druhé oblasti dotazníku

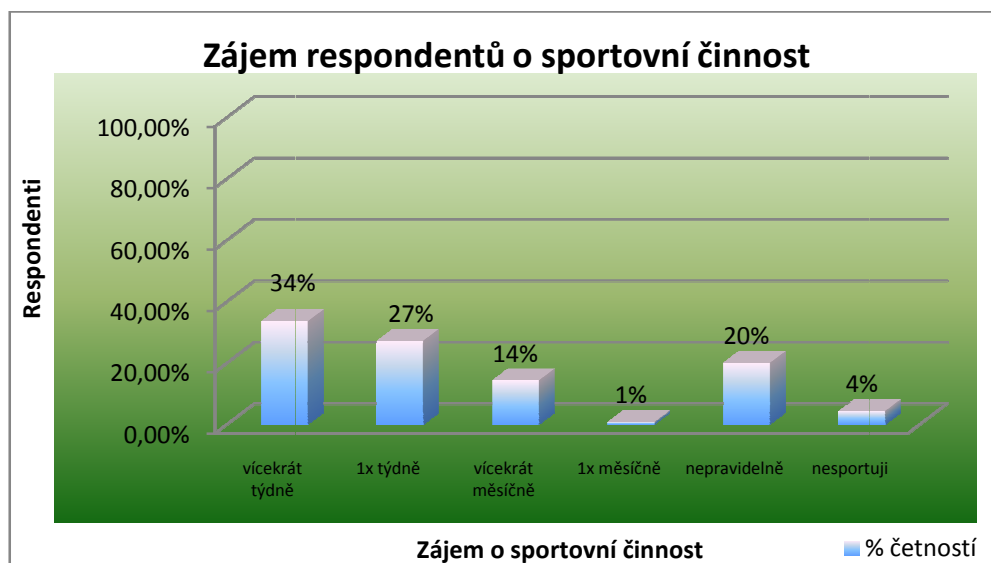
#### 3. Zajímáte se o sportovní a kulturní vyžití ve Frenštátě p. R.?

Tato otázka byla filtrační, zde respondenti odpovídali **Ano** nebo **Ne**. Všichni dotázaní odpověděli jednomyslně Ano a nadále pokračovali ve vyplňování dotazníku. Z pohledu sportovně – kulturního je toto zjištění velmi pozitivní a mělo by být bráno vedením města jako podklad ke zvýšenému zájmu o tyto oblasti.

#### 4. Kolikrát měsíčně se věnujete sportovní činnosti?

Tato otázka nabízela celkem šest možností výběru. **1. Vícekrát týdně** (34 % obyvatel), **2. jedenkrát týdně** (27 % obyvatel), **3. vícekrát měsíčně** (14 % obyvatel), **4. jedenkrát měsíčně** (1 % obyvatel), **5. nepravidelně** (20 % obyvatel), **6. nesportuji** (4 % obyvatel). Z výsledků můžeme usoudit, že zájem o sportovní činnost je u respondentů na velmi dobré úrovni. Více jak polovina dotázaných se sportovní činnosti věnuje alespoň jedenkrát týdně (viz obr. 5. 3.).

Obr. 5. 3: Zájem o sportovní činnost



Zdroj: vlastní

## 5. Které druhy sportů upřednostňujete?

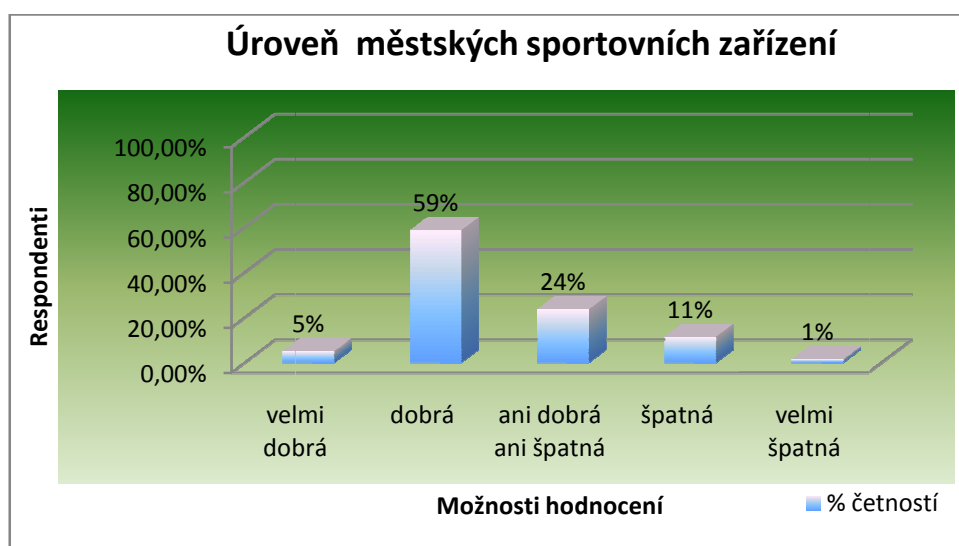
V této otázce měli respondenti na výběr ze dvou možností, zimní nebo letní sporty. Pro **zimní sporty** se vyjádřilo 19 % (26 obyvatel) a pro **letní sporty** 81 % (114 obyvatel). Také toto jistění je důležité pro rozhodování městského úřadu. Zabezpečením kvalitního vyžití u letních sportů se zvýší spokojenost občanů.

## 6. Jak byste ohodnotili úroveň městských sportovních zařízení ve Frenštátě?

Tato otázka nabízela výběr z možností **velmi dobrá, dobrá, ani dobrá ani špatná, špatná a velmi špatná**. Z dotázaných respondentů si (5 % obyvatel) myslí, že úroveň sportovních zařízení je velmi dobrá, (59 % obyvatel) dobrá, (24 % obyvatel) ani dobrá ani špatná, (11 % obyvatel) špatná a (1 % obyvatel) velmi špatná. Z výsledků vyplývá, že úroveň městských sportovních zařízení pro většinu respondentů je na dobré úrovni a jsou tedy spokojeni (viz obr. 5. 4).

U této otázky jsem také počítal závislost otázek pomocí Pearsonova korelačního koeficientu. Závislost mezi tím, jak hodnotili muži a ženy dopadla negativně. Ovšem porovnáním věkových skupin a tím, jak hodnotili úroveň zařízení, jsou výsledky pozitivní - existuje závislost. Podrobné výpočty jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.3).

Obr. 5. 4: Úroveň městských sportovních zařízení



Zdroj: vlastní

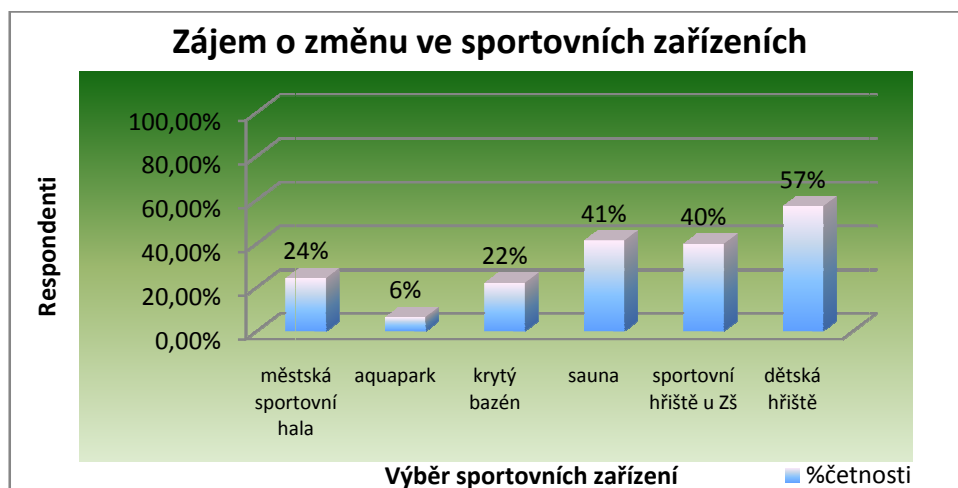
**7. U kterých z těchto sportovních zařízení, by podle Vás mělo dojít k opravě nebo ke zlepšení poskytovaných služeb? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)**

V této otázce mohli respondenti vybírat z nabízených sportovních zařízení, přičemž každé sportovní zařízení mohlo získat max. 100 % (140 hlasů) nebo min. 0 % (žádný hlas). **Městská sportovní hala** – (24 % hlasů), **aquapark** – (6 % hlasů), **krytý bazén** – (22 % hlasů), **sauna** – (41 % hlasů), **sportovní hřiště u ZŠ** (40 % hlasů) a **dětská hřiště** (57 % hlasů). Výsledkem je zjištění, že dětská hřiště, sportovní hřiště u ZŠ a městská sauna jsou nejvíce zanedbány a občané si myslí, že potřebují opravit nebo zlepšit poskytované služby (viz obr. 5. 5).

Tříděním dat druhého stupně jsem u této otázky zjistil, že respondenti ve věku od 60 do 74 let jednoznačně preferují opravu sauny (71 % hlasů) před ostatními zařízeními. Dále pak porovnáním pohlaví a toho jak, respondenti vybírali zařízení, jsem zjistil, že muži preferují opravu městské sportovní haly, krytého bazénu a sauny. Oproti tomu ženy preferují opravu dětských hřišť a sportovních hřišť u ZŠ. Další informace jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.1 a tab. 5.2).



Obr. 5. 5: Zájem o změnu ve sportovních zařízeních



Zdroj: vlastní

## 8. Víte o nových sportovních vyžitích, které byste ve Frenštátě p. R. uvítali?

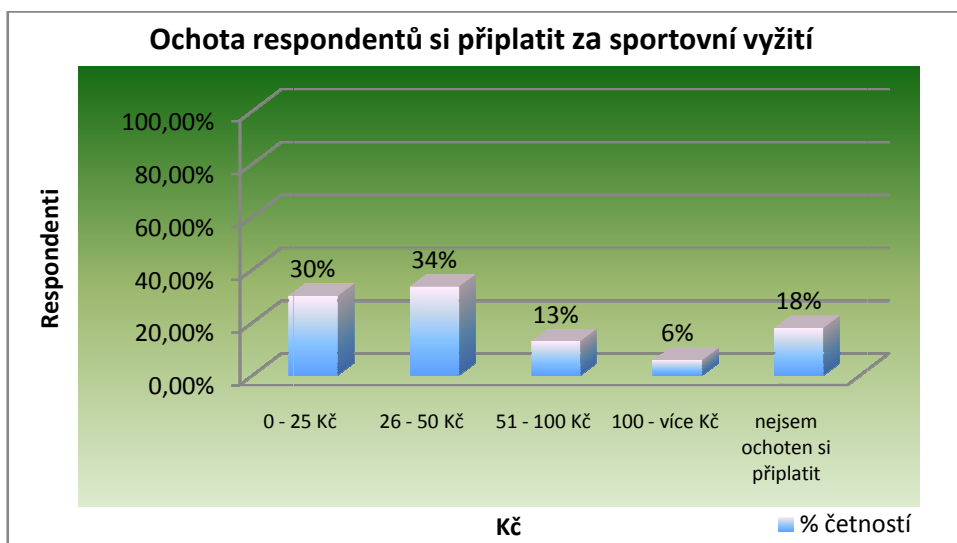
Tato otázka byla polouzavřená. Pokud respondenti uvedli možnost **Ano**, mohli se vyjádřit, které z nových sportovních zařízení by uvítali. Pokud **Ne**, neuváděli nic a pokračovali v dotazníku. Možnost **Ne** uvedlo 79 % (111 obyvatel). Možnost **Ano** uvedlo 21 % (29 obyvatel). Nejčastější odpovědi byly více dětských hřišť a okruh pro kolečkové brusle. Dále pak cyklotrasy, lyžařský vlek, lezecká stěna, power jóga a zorbing.

## 9. Jakou částku jste ochotni si navíc připlatit oproti stávající ceně, za jednorázové sportovní vyžití?

Respondenti mohli vybírat z možností **0 až 25 Kč**, **26 až 50 Kč**, **51 – 100 Kč**, **100 a více Kč** a **nejsem ochoten si připlatit**. Nejčastější odpovědí (34 % obyvatel) byla možnost 26 až 50 Kč, druhou nejčastější odpovědí byla (30 % obyvatel) možnost 0 až 25 Kč, třetí z možností byla (18 % obyvatel) nejsem ochoten/na si připlatit, čtvrtou z možností byla (13 % obyvatel) 51 až 100 Kč a na posledním pátém místě se umístila možnost (6 % obyvatel) 100 a více Kč. Z výsledků je patrné, že respondenti jsou ochotni si připlatit za kvalitnější sportovní vyžití, nejčastěji v rozmezí 0 – 50 Kč (viz obr. 5. 6).

U této otázky jsem také počítal test závislosti otázek pomocí Pearsonova korelačního koeficientu. Závislost, mezi tím jak hodnotili muži a ženy, dopadla negativně. Porovnáním věkové struktury a ochotou si připlatit jsou výsledky pozitivní, existuje průměrná závislost. Podrobné výsledky jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.3).

**Obr. 5. 6: Ochota respondentů si připlatit za sportovní vyžití**

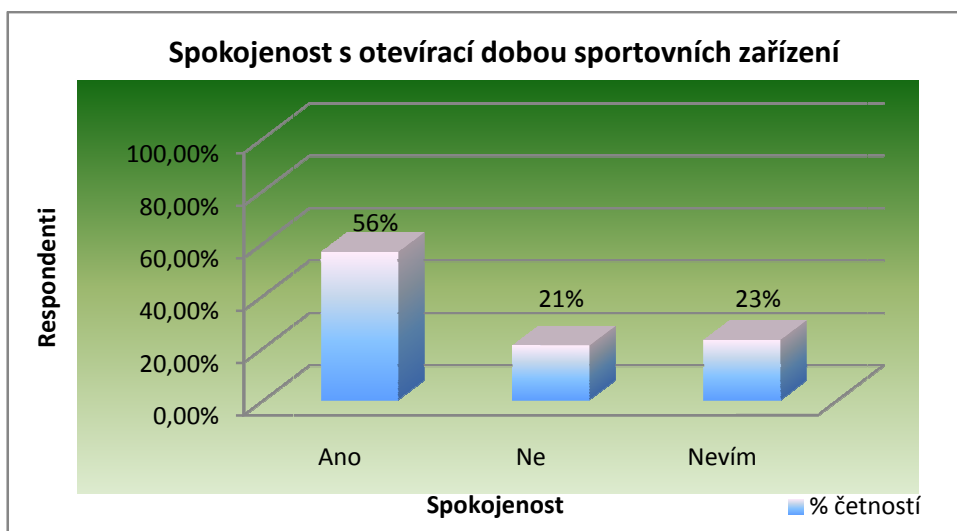


Zdroj: vlastní

## **10. Vyhovuje Vám otevírací doba městských sportovních zařízení ve Frenštátě?**

Zde respondenti vybírali ze tří možností **Ano**, **Ne**, **Nevím**. Možnost Ano byla uváděna nejčastěji (56 % obyvatel), možnost Nevím byla uváděna jako druhá v pořadí (23 % obyvatel) a možnost Ne uvedlo (21 % obyvatel). Z výsledků můžeme říct, že otevírací doba sportovních zařízení je vyhovující a většina dotázaných je spokojena (viz obr. 5. 7).

**Obr. 5. 7: Spokojenost respondentů s otevírací dobou sportovních zařízení**



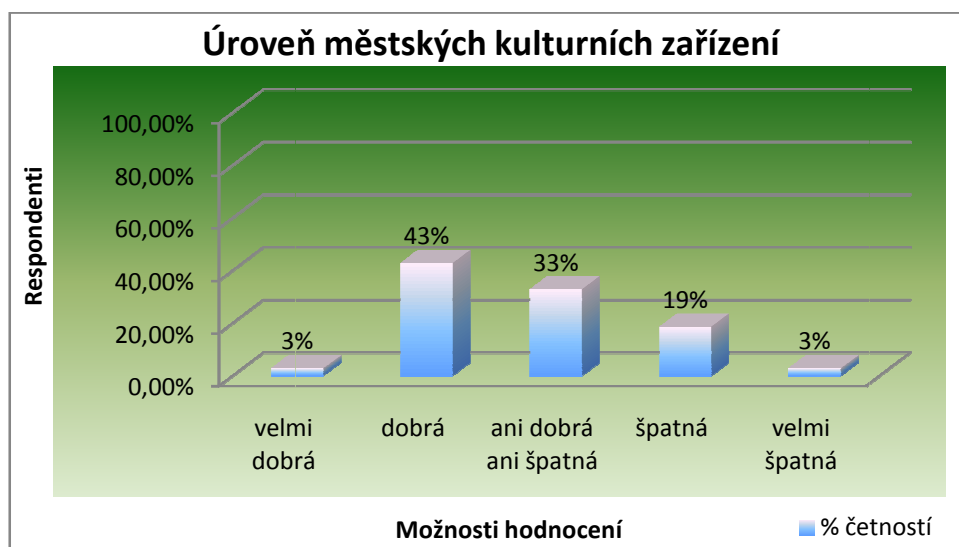
Zdroj: vlastní

## 11. Jak byste ohodnotili úroveň městských kulturních zařízení ve Frenštátě?

Tato otázka nabízela výběr z možností **velmi dobrá, dobrá až velmi špatná**. Z dotázaných respondentů si (3 % obyvatel) myslí, že úroveň kulturních zařízení je velmi dobrá, (43 % obyvatel) dobrá, (33 % obyvatel) ani dobrá ani špatná, (19 % obyvatel) špatná a (3 % obyvatel) velmi špatná. Většina respondentů se myslí, že úroveň městských kulturních zařízení je na dobré úrovni, avšak druhou velkou skupinou jsou i respondenti, kteří si myslí, že úroveň není ani dobrá ani špatná, proto nelze jednoznačně říct, že jsou spokojeni. (viz obr. 5. 8)

Tříděním dat druhého stupně jsem u této otázky zjistil, že respondenti ve věku od 75 a více let si myslí, že úroveň kulturních zařízení je velmi dobrá (50 %) nebo dobrá (50 %). Další výsledky jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.2). U této otázky jsem také počítal test závislosti otázek pomocí Pearsonova korelačního koeficientu. Závislost, mezi tím jak hodnotili muži a ženy, dopadla negativně. Porovnáním věkové struktury a hodnocením úrovně zařízení jsou výsledky pozitivní, existuje průměrná závislost. Výsledky jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.3).

Obr. 5. 8: Úroveň městských kulturních zařízení

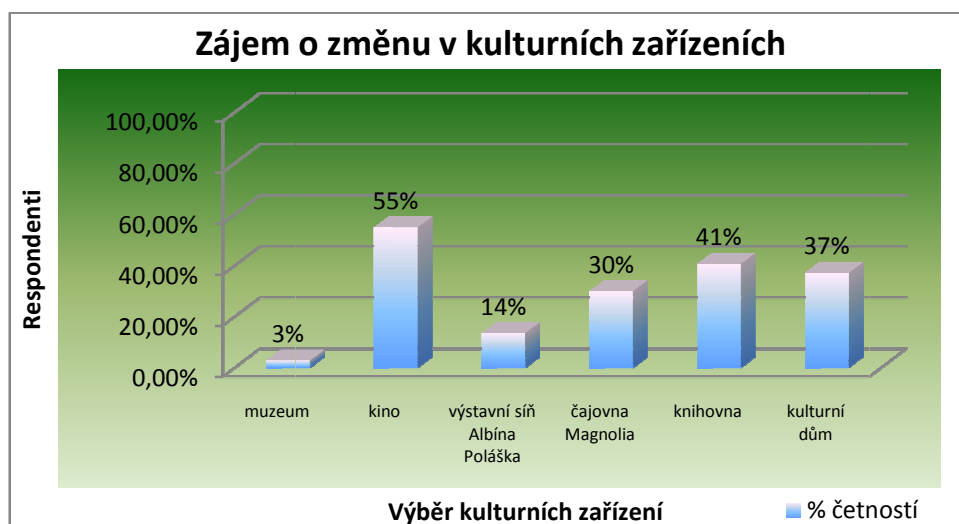


Zdroj: vlastní

**12. U kterých z těchto kulturních zařízení, by podle Vás mělo dojít k opravě nebo ke zlepšení poskytovaných služeb? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)**

V této otázce mohli respondenti vybírat z nabízených kulturních zařízení, přičemž každé mohlo získat max. 100 % (140 hlasů) nebo min. 0 % (žádný hlas). **Muzeum** – (3 % hlasů), **kino** – (55 % hlasů), **výstavní síň Albína Poláška** – (14 % hlasů), **čajovna Magnolia** – (30 % hlasů), **knihovna** (41 % hlasů) a **kulturní dům** (37 % hlasů). Výsledky tohoto šetření jasně ukazují, že obyvatelé si přejí hlavně změnu u kina, knihovny a kulturního domu (viz obr. 5. 9). Tříděním dat druhého stupně se ukázalo, že respondenti ve věku od 18 do 29 let preferují opravu kina (75 %), oproti tomu respondenti ve věku od 75 a více let preferují opravu čajovny Magnolia (67 %). Další výsledky jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.2)

**Obr. 5. 9: Zájem o změnu v kulturních zařízeních**



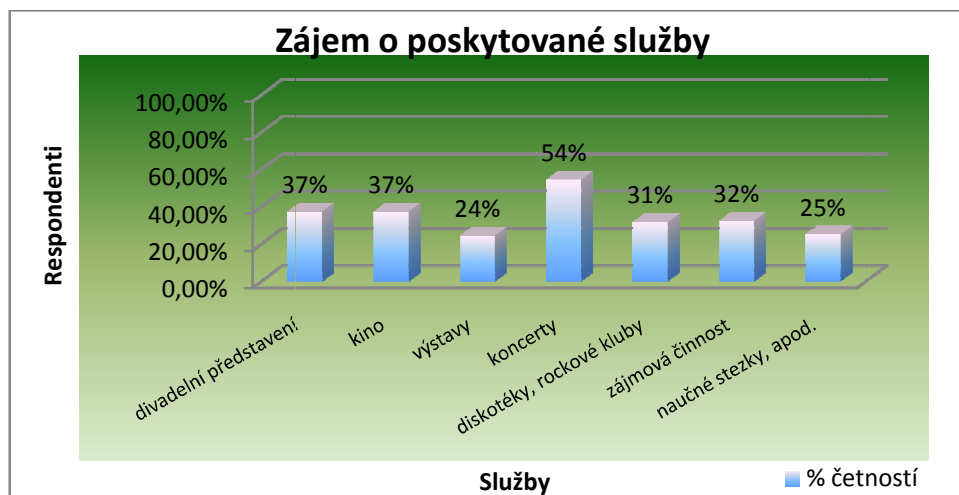
Zdroj: vlastní

**13. Z nabízených možností vyberte ty, které by podle Vás měly být více podporovány? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)**

Zde mohli respondenti vybírat stejně jako v předchozí otázce z nabízených možností, které mohly získat max. 100 % (140 hlasů) nebo min. 0 % (žádný hlas). **Divadelní představení** – (37 % hlasů), **kino** – (37 % hlasů), **výstavy** – (24 % hlasů), **koncerty** – (54 % hlasů), **diskotéky, rockové kluby** (31 % hlasů), **zájmová činnost** (32 % hlasů), **naučné stezky nebo jiné formy průvodců** – (25 % hlasů). Poslední možností bylo **jiné .....**, zde respondenti uvedli workshopy, bezplatné kulturní vyžití a animační výstavní programy pro veřejnost. V této otázce byl zájem o služby téměř stejný, jen o koncerty byl nejvyšší (viz obr. 5. 10).

Tříděním dat druhého stupně se ukázalo, že respondenti ve věku od 18 do 29 let mají velký zájem o pořádání koncertů (80 %) a respondenti ve věku od 60 do 74 let mají velký zájem o zájmové činnosti (79 %) a naučné stezky (57 %). Podrobné výsledky k této otázce jsou uvedeny v příloze 5, (viz tab. 5.2).

Obr. 5. 10: Zájem o poskytované služby



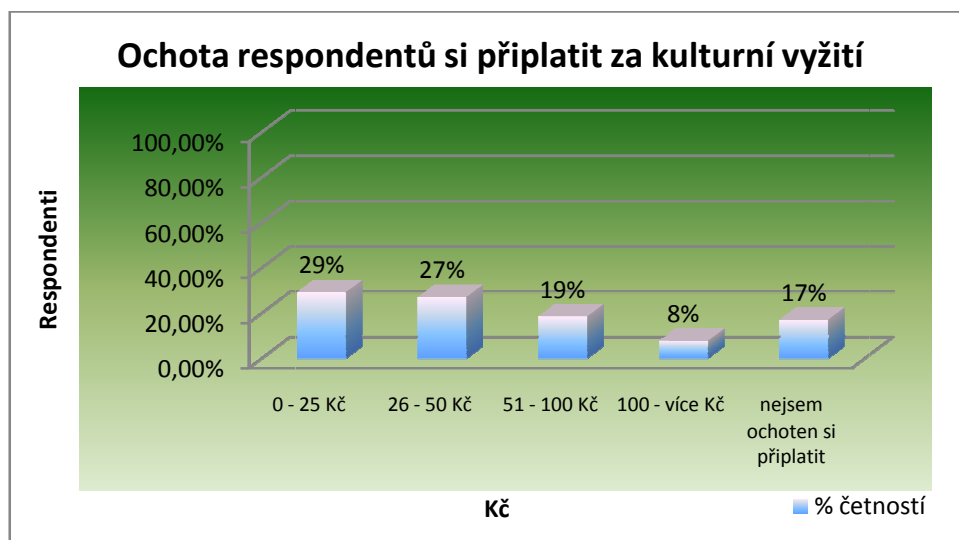
Zdroj: vlastní

#### 14. Jakou částku jste ochotni si navíc připlatit oproti stávající ceně, za jednorázové kulturní vyžití?

Respondenti mohli vybírat stejně jako u otázky 9. z možností **0 až 25 Kč, 26 až 50 Kč, 51 – 100 Kč, 100 a více Kč a nejsem ochoten si připlatit**. Nejčastější odpovědí (29 % obyvatel) byla možnost 0 až 25 Kč, druhou nejčastější odpovědí byla (27 % obyvatel) možnost 25 až 50 Kč, třetí z možností byla (19 % obyvatel) 51 až 100 Kč, čtvrtou z možností byla (17 % obyvatel) nejsem ochoten/na si připlatit a na posledním pátém místě se umístila možnost (8 % obyvatel) 100 a více Kč. Stejně jako u otázky č. 9 i zde jsou respondenti ochotni si nejvíce připlatit v rozmezí od 0 – 50 Kč (viz obr. 5. 11).

Zde jsem také počítal test závislosti otázek pomocí Pearsonova korelačního koeficientu. Výsledek dopadl pozitivně, mezi pohlavím a ochotou si připlatit existuje závislost, ale je příliš malá. Porovnáním věkové struktury a ochotou si připlatit jsou výsledky negativní, neexistuje závislost mezi těmito znaky. Podrobné výsledky jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.3).

Obr. 5. 11: Ochota respondentů si připlatit za kulturní vyžití



Zdroj: vlastní

### 15. Víte o nových kulturních vyžitích, které byste ve Frenštátě uvítali?

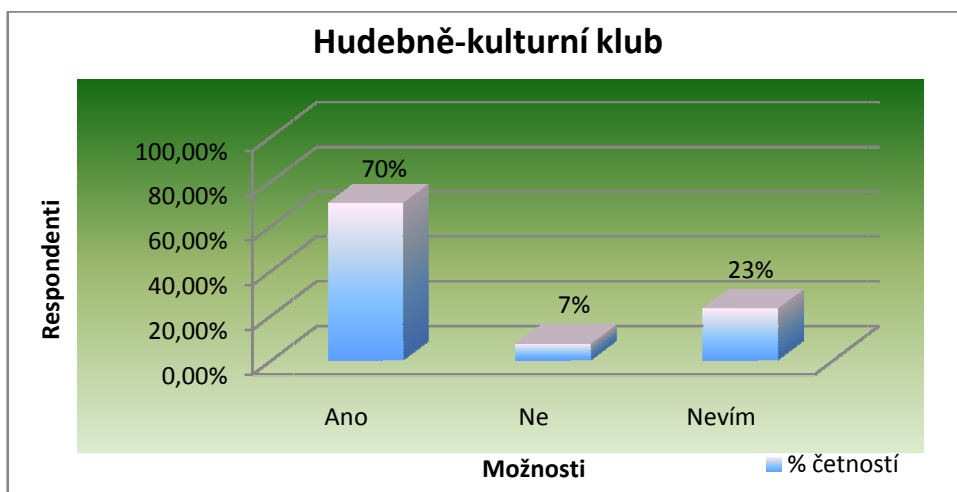
Tato otázka byla stejně jako otázka 8. polouzavřená. Pokud respondenti uvedli možnost **Ano**, mohli se vyjádřit, které z nových kulturních zařízení by uvítali. Pokud **Ne**, neuváděli nic a pokračovali v dotazníku. Možnost **Ne** uvedlo 82 % (115 obyvatel). Možnost **Ano** uvedlo 18 % (25 obyvatel). Nejčastější odpovědi byly hudební klub a letní kino. Další varianty byly akce v přírodě, muzejní noci, galerie výtvarného umění.

### 16. Uvítali byste zavedení hudebně-kulturního klubu ve Frenštátě?

Zde respondenti vybírali ze tří možností **Ano**, **Ne**, **Nevím**. Možnost **Ano** byla uváděna nejčastěji (70 % obyvatel), možnost **Nevím** byla uváděna jako druhá v pořadí (23 % obyvatel) a možnost **Ne** uvedlo (7 % obyvatel). Z výsledků je patrná převaha respondentů, kteří jsou pro zavedení hudebně – kulturního klubu (viz obr. 5. 12).

Tříděním dat druhého stupně jsem zjistil, že respondenti ve věku od 60 do 74 let jsou převážně proti zavedení hudebně – kulturního klubu (65 %). Oproti tomu respondenti ve věku od 18 do 29 let jsou pro zavedení klubu (88 %). Podrobné výsledky jsou uvedeny v příloze 5 (viz tab. 5.2)

Obr. 5. 12: Zájem respondentů o zavedení hudebně – kulturního klubu

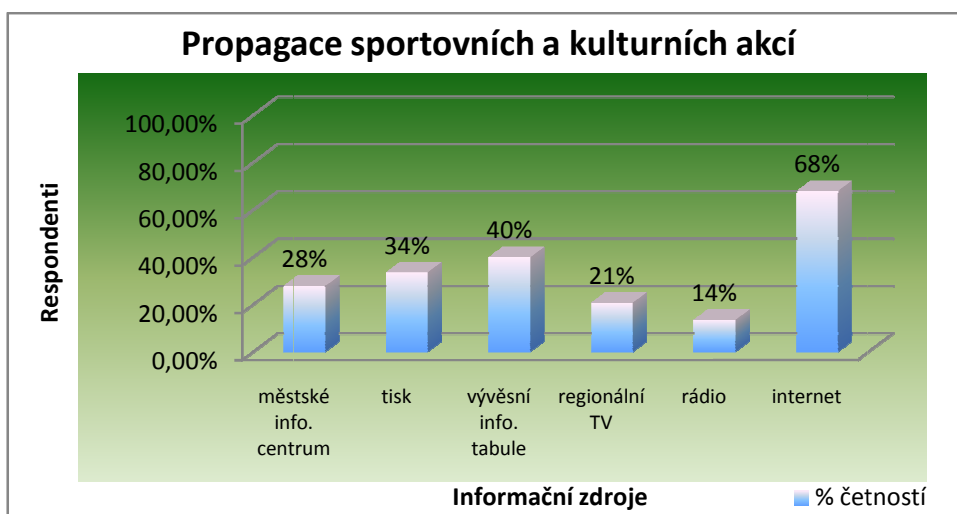


Zdroj: vlastní

# 17. Z jakých zdrojů byste rádi získávali informace o probíhajících sportovních a kulturních akcích? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)

V této otázce respondenti vybírali z jednotlivých možností, které mohly získat max. 100 % (140 hlasů) nebo min. 0 % (žádný hlas). **Městské informační centrum** – (28 % hlasů), **tisk** – (34 % hlasů), **vývěsní informační tabule** – (40 % hlasů), **regionální TV** – (21 % hlasů), **rádio** (14 % hlasů), **internet** (68 % hlasů). Poslední možností bylo **jiný, prosím, vepište .....**, zde respondenti uvedli městský rozhlas, zasílání e-mailu registrovaným zájemcům, letáky a městský kalendář. V této otázce byl jasným vítězem internet, jako možnost propagace (viz obr. 5. 13). Velmi zajímavým nápadem je kombinace internetu a zasílání e-mailů registrovaným zájemcům, který vznikl na základě odpovědí respondentů.

Obr. 5. 13: Propagace sportovních a kulturních akcí



Zdroj: vlastní

## 18. Jaká je podle Vás propagace volnočasových aktivit?

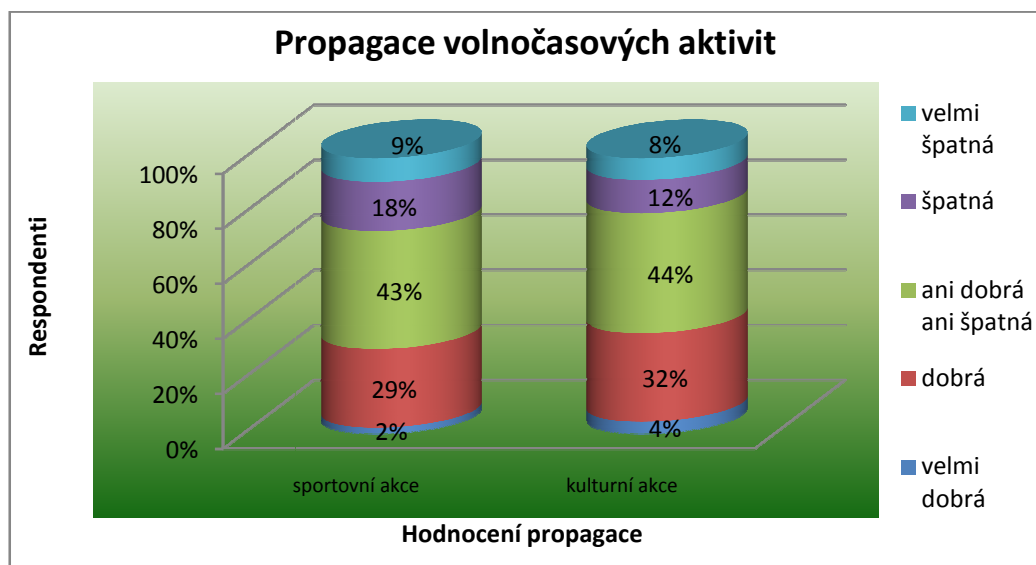
Zde respondenti hodnotili na škále od 1 – propagace velmi dobrá až 5 – velmi špatná a měli na výběr z těchto oblastí:

**Sportovní akce** – zde respondenti uvedli (2 % obyvatel) propagaci velmi dobrou, (29 % obyvatel) propagaci dobrou, (43 % obyvatel) propagaci ani dobrou ani špatnou, (18 % obyvatel) propagaci špatnou a (9 % obyvatel) uvedlo propagaci velmi špatnou. U respondentů převládá názor, že propagace není ani dobrá ani špatná (viz obr. 5. 14).

**Kulturní akce** – zde respondenti uvedli (4 % obyvatel) propagaci velmi dobrou, (32 % obyvatel) propagaci dobrou, (44 % obyvatel) propagaci ani dobrou ani špatnou, (12 % obyvatel) propagaci špatnou a (8 % obyvatel) uvedlo propagaci velmi špatnou. Stejně jako u sportovních akcí, i zde se respondenti převážně shodli na možnosti, že propagace není ani dobrá ani špatná (viz obr. 5. 14).

Tříděním dat druhého stupně se ukázalo, že respondenti ve věku od 18 do 29 let hodnotili převážně možnosti „dobrá“, respondenti ve věku od 30 do 44 let a od 45 do 59 let možnosti „ani dobrá ani špatná“.

Obr. 5. 14: Propagace volnočasových aktivit



Zdroj: vlastní



## 5.2 VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

**H1: Víc jak 45 % dotázaných si myslí, že by mělo dojít k opravě nebo zlepšení služeb u dětských hřišť.**

Tato hypotéza se potvrdila. Z celkového počtu 140 respondentů si 80 (57 %) myslí, že by mělo dojít k opravě nebo zlepšení služeb u dětských hřišť.

**H2: Alespoň 25 % dotázaných si myslí, že úroveň kulturních zařízení je špatná.**

Tato hypotéza se nepotvrdila. Z celkového počtu 140 respondentů se 26 (19 %) vyslovilo, že úroveň kulturních zařízení je špatná.

**H3: Víc jak 30 % dotázaných si připlatí 0 – 25 Kč za kvalitní kulturní vyžití.**

Tato hypotéza se také nepotvrdila. Z dotázaných je ochotno si připlatit v rozmezí 0 – 25 Kč 41 (29 %) respondentů. Ovšem když budeme brát v úvahu i rozmezí od 26 – 50 Kč je to dalších 38 (27 %) respondentů. V tomto případě bychom mohli říct, že se hypotéza potvrdila.

**H4: Víc jak 50 % dotázaných souhlasí se zavedením hudebně-kulturního klubu.**

Tato hypotéza se potvrdila. Respondenti se vyjádřili většinou pro zavedení hudebně – kulturního klubu, pro zavedení odpovědělo 98 (70 %) z dotázaných.

**H5: Alespoň 40 % dotázaných by rádi získávali informace o probíhajících kulturních a sportovních akcích z internetu.**

Tato hypotéza se také potvrdila. Pro možnost získávání informací o probíhajících kulturních a sportovních akcích z internetu se vyslovilo 95 (68 %) respondentů.

## 6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Návrhy a doporučení, které jsou uvedené a podrobně rozepsané níže jsou rozděleny do čtyř hlavních částí. První část je zaměřena na životní úroveň a obecné služby městského úřadu, druhá část je zaměřena na sportovní zařízení a jejich služby, třetí část na kulturní zařízení a jejich služby a poslední čtvrtá část pak na propagaci těchto služeb.

### 6.1 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ ŽIVOTNÍ ÚROVNĚ A SLUŽEB

Z výsledků výzkumu je zřejmá většinová spokojenost obyvatel se životní úrovní ve Frenštátě p. R. Mezi hlavní ukazatele hodnotící životní úroveň patří výše hrubého národního produktu, přístup ke vzdělání a zdravotní péči, infrastruktura a dostupnost služeb, kvalita životního prostředí apod. Vzhledem k probíhající světové krizi a jejím dopadům na ekonomiku je pravděpodobné, že výsledek z mého šetření v současné době není relevantní. Důvodem je fakt, že většina obyvatel Frenštátu p. R. a přilehlého okolí jsou zaměstnanci dvou velkých firem, které v současné době propouští ve stovkách zaměstnanců a s tím souvisí ztráta příjmu a pokles životní úrovně. Jednou z možností jak zvýšit pracovní příležitosti jsou finanční pobídky veřejné správy pro podnikatele a vytváření tak dalších pracovních příležitostí. Co se týče přístupu ke vzdělání a zdravotní péči, infrastruktury a dostupnosti služeb je Frenštát p. R. na dobré úrovni a doporučení pak je udržovat tento stav. Kvalita životního prostředí je ve městě velmi dobrá, důvodem je umístění Frenštátu p. R. v krásné přírodě beskydských hor. Jediným „strašákem“ pro občany jsou uhelné doly, proti kterým město a přilehlé obce urputně bojují několik let. Mým doporučením je vytrvat v tomto boji a zapojit všechny občany do tohoto problému.

Vyhodnocením jednotlivých služeb městského úřadu, kterými jsou **propagace města, práce městské policie, péče o památky, práce městského úřadu a kvalita a dostupnost služeb**, byla spokojenost většinou dobrá nebo ani dobrá ani špatná. Jen u práce městské policie respondenti hodnotili spíše negativně. Doporučuji městskému úřadu zaměřit se právě na tuto oblast a zvýšit povědomí o práci městské policie u občanů. Možností je zvýšený výskyt strážníků v restauračních zařízeních a kontrolovat tak podnapilé nezletilé děti. Dále pak pořádání nejrůznějších dětských dnů, kdy strážníci spolu s rodiči vysvětlují dětem základní orientaci v prostoru a připravují je na neočekávané situace spojené s dopravou, poskytnutí první pomoci apod.

## 6.2 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ SPORTOVNÍCH ZAŘÍZENÍ

Z výsledků šetření můžeme říct, že vztah občanů ke sportovní činnosti je velmi kladný a spokojenost občanů s kvalitou městských sportovních zařízení je převážně dobrá. Nespokojenost respondenti vyjádřili pouze nad úrovní dětských hřišť, sportovních hřišť u základních škol a městské sauny.

Prvním doporučením ke zlepšení stavu dětských hřišť je opravit stávající hřiště a vybudovat větší množství nových hřišť. Možností jak předejít ničení nových nebo nově rekonstruovaných hřišť je zapojení městské policie, která by kontrolovala tato místa hlavně v nočních hodinách, případně využití kamerového systému. Druhým doporučením je přimět rodiče i děti k větší angažovanosti při opravách i při budování nových hřišť, brát v úvahu jejich nápady na realizaci a jejich případné připomínky. Výsledkem by měl být vlastní zájem občanů na udržování čistoty a kvality, a také zabránění ničení a znehodnocování hřišť.

Zvýšit kvalitu sportovních hřišť by mělo být hlavně záležitostí jednotlivých základních škol. Prvním doporučením je zvolit správce, který bude zodpovídat za údržbu a kvalitu hřišť. Dále pak pevně stanovit dobu, po kterou bude hřiště zpřístupněno veřejnosti a případnou cenu za pronájem hřiště. Cenu uvádím jako možnost jak částečně financovat dlouhodobou údržbu a také z důvodu vyjádření respondentů v dotazníku, kteří uvedli, že jsou ochotni si připlatit za sportovní vyžití v průměru od 0 do 50 Kč při stávajících cenách. Samozřejmostí by měl být bezplatný vstup pro studenty a děti. Hlavním zdrojem financí na rekonstrukci a vybavenost hřišť je současná možnost čerpání z fondů EU.

Návrhem na zlepšení stavu městské sauny je stejně jako v předchozích případech její rekonstrukce. Nezbytná je celková vnější rekonstrukce. Zde bych doporučil propojit prvky vnitřního stylu sauny, který je zajímavý svým zachovalým vybavením v tzv. „retro“ stylu s již zmíněným venkovním prostorem. Nejen, že by sauna plnila funkci základní, tj. „saunování“, ale navíc by mohla rozšířit svou působnost o další doprovodné služby, jako jsou například kavárny, restaurační činnost, čítárna apod. Samotné umístění sauny vybízí k mnoha příležitostem, jak toto zařízení využít. Sauna se nachází mezi aquaparkem a autokempem, kam přijíždí spousta turistů během letní sezóny. Dalším návrhem je proto prodloužení provozní doby sauny na celý rok a poskytnout turistům i místním občanům možnost saunování v nočních hodinách nebo pořádání různých relaxačních akcí apod.

## 6.3 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ KULTURNÍCH ZAŘÍZENÍ

Hodnocení kulturních zařízení dopadlo o něco málo negativněji, než u sportovních zařízení. Respondenti vyjádřili svou nespokojenost hlavně u kina a knihovny, dále pak u kulturního domu a čajovny Magnolie.

Mé návrhy ke zlepšení kvality kina jsou zaměřeny především na rekonstrukci vnitřního prostoru a poskytované služby. Hlavním nedostatkem vnitřního vybavení jsou nepohodlná sedadla a špatná ventilace. Doporučuji tyto nedostatky odstranit. Dalším nedostatkem je předsálí s šatnou. Tento prostor působí neudržovaným, starým dojmem a není ničím zajímavý. Vzhledem k tomu, že je prvním a posledním místem, které návštěvníci vidí, je proto velmi důležité vyvolat tzv. dobrý první dojem. Doporučuji prostor nově vymalovat, zrekonstruovat poškozené dřevěné obložení a zmodernizovat systém šatny a jeho vybavení. Tyto návrhy jsou předpokladem k opětovnému návratu návštěvníků. Možností jak zlepšit poskytované služby je ve vytvoření filmového klubu (filmoví nadšenci, kritici atd.). Prostřednictvím klubu pak nabízet nekomerční filmy a filmy zaměřené na určité téma a následně pak zapojit diváky do diskuse. Další variantou je vytvoření databáze návštěvníků. Ti by měli možnost hlasovat, jaký film by chtěli vidět nebo se o něm něco dovědět. S tím souvisí i diskusní večery o filmech, jejich tvůrcích, hercích, námětech apod., to vše jsou možnosti jak přilákat do kina větší množství návštěvníků.

Městská knihovna byla druhým zařízením, u kterého si respondenti přáli rekonstrukci nebo zlepšení poskytovaných služeb. Podle mého názoru je knihovna na velmi dobré úrovni a nepotřebuje žádné zlepšení. Možným důvodem proč si respondenti myslí, že je knihovna ve špatném stavu je špatná propagace a komunikace s veřejností. Řešení tohoto problému nabízím v podkapitole 6. 4. – Návrhy a doporučení k čtvrté části.

Čajovna Magnolia je součástí městské knihovny a slouží především jako čítárna. Podle mého názoru je tento prostor nedostatečně využitý. Vzhledem k provázanosti čajovny a knihovny navrhuji vytvoření knižního klubu, který by pořádáním různých diskusí o knihách nebo jejich předčítáním mohl vyplnit nevyužitý prostor a zvýšit tak povědomí o knižní kultuře.

Kulturní dům se v současné době nachází v procesu rekonstrukce. Proto návrhy v tomto směru jsou bezpředmětné. K poskytovaným službám bych navrhl využít velkého

prostoru, který kulturní dům nabízí a pořádat tam různé formy workshopů nebo koncertních představení (např. unplugged koncerty).

## **6.4 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ PROPAGACE**

Tato oblast je zaměřena na propagaci sportovních a kulturních akcí. Výsledky výzkumu ukazují, že propagace volnočasových aktivit je pro většinu respondentů na průměrné úrovni. Z dotazníků dále vyplývá, že největší počet dotázaných by rádo získávalo informace o probíhajících sportovních nebo kulturních akcích prostřednictvím internetu. Druhou nejčastější odpovědí byla vývěsní informační tabule. V kombinaci internetu, vývěsní informační tabule a možností, kde mohli respondenti navrhnout jiné možné zdroje propagace, vznikly zajímavé nápady, jak informovat občany o právě probíhajících akcích.

První návrh na zlepšení propagace je zasílání e-mailů registrovaným občanům. Takto vytvořený seznam emailových adres by mohl sloužit i k informovanosti občanů nejen o probíhajících akcích, ale i o veřejném dění ve městě. Hlavní výhodou jsou minimální náklady na realizaci.

Druhým návrhem je pořídit venkovní Led obrazovku, která by nahrazovala stávající vývěsní informační tabuli. Využití této obrazovky je hned v několika směrech. Jedním z nich je poskytování informací občanům netradičním způsobem, a s tím spojená i propagace volnočasových aktivit. Dalším využitím Led obrazovky je v oblasti reklamy. Dle mého názoru by mělo o tuto formu propagace zájem spoustu firem. Nevýhodou je velká počáteční investice, která se řádově pohybuje v miliónech korun (cca 2 000 000 Kč). Výrobci udávají návratnost investice už po dvou letech, ovšem tento údaj může být velmi zavádějící, jelikož návratnost se počítá z ceny za reklamu. Otázkou zůstává, jakou cenu by městský úřad mohl zvolit. Mým odhadem je návratnost investice do 4 let. Počítal jsem cenu Led obrazovky 2 000 000 Kč, výnosy z reklam za měsíční období 40 000 Kč. Životnost zařízení výrobci udávají kolem deseti let.

## 7 ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo zjistit spokojenost obyvatel se službami obecního úřadu města Frenštát pod Radhoštěm, a to především v oblasti kultury a sportu a navrhnout řešení, jak zvýšit kvalitu, a tím i spokojenost občanů s těmito službami.

Marketingovým výzkumem jsem zjišťoval, na jaké úrovni se podle občanů nacházejí jednotlivá městská sportovní a kulturní zařízení a jak jsou s poskytovanými službami spokojeni. Výzkum byl také zaměřen na celkovou životní úroveň ve městě, na poskytované obecné služby městského úřadu a na propagaci volnočasových aktivit.

Metodou osobního dotazování jsem v období prosinec 2008 až únor 2009 zjistil problémové oblasti, které by zasloužily větší pozornost ze strany městského úřadu. Problémovou oblastí u veřejných služeb se stala práce městské policie. Zde jsem navrhl zvýšit povědomí o práci městské policie, pořádáním nejrůznějších akcí a seznámit tak občany s náplní práce strážníků. Problémovou oblastí u sportovních zařízení se ukázal stav dětský hřišť, sportovních hřišť u základních škol a městské sauny. Doporučení k těmto oblastem jsou převážně rekonstrukční práce a vybavenost. Možností jak financovat tato zařízení je vypracovat strategický plán obnovy a zažádat o dotace z probíhajících programů Evropské unie.

V oblasti kultury respondenti vyjádřili nespokojenost hlavně u kina, knihovny, kulturního domu a čajovny Magnolie. Zde jsem také navrhl možnosti, jak změnit kvalitu a tím i spokojenost občanů. Převážně se jednalo, stejně jako u sportovních zařízení, o rekonstrukční práce spojené s financováním ze zdrojů EU, ale také o doprovodné služby, které by mohly zabezpečit dlouhodobý pozitivní vývoj kultury ve Frenštátě p. R. a jeho okolí. Jednalo se zejména o vytvoření spolků, tvořené občany města, které by se podílely na udržování a zvyšování povědomí o jednotlivých zařízeních a možnostech, které nabízí.

Poslední oblastí, které se týkalo dotazníkové šetření, byla propagace volnočasových aktivit. Respondenti se k této oblasti vyjádřili převážně hodnocením, že propagace není ani dobrá ani špatná. Na první pohled by se dalo říct, že návrhy na zlepšení komunikace nejsou v této oblasti nutné, ale postřehy občanů, které vyjádřili v dotazníku, byly natolik kreativní, že by byla škoda je nevyužít.

Kombinací interaktivních médií a postřehů občanů vzešly návrhy například na propagaci volnočasových akcí formou zasílání e-mailů registrovaným občanům nebo pořízení venkovní LED informační obrazovky.

Věřím, že výsledky získané z marketingového výzkumu a následné návrhy a doporučení by mohly být zajímavým podkladem pro městský úřad při rozhodování o případných změnách v oblasti kultury a sportu ve Frenštátě p. R.

Mnohé návrhy a doporučení v této práci se zaměřují hlavně na spolupráci občanů a veřejné správy při rozhodování o kulturních nebo sportovních zařízeních, o jejich rekonstrukcích a následné údržbě. Důvodem je mé přesvědčení, které vychází z předpokladu, že lidé, kteří mají možnost spolurozhodování a podílení se na projektech, týkajících se jejich životního prostředí jsou pak spokojenější a více si vážící věcí, na kterých se podíleli.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### A, Knihy

- [1] **FORET, Miroslav a STÁVKOVÁ, Jana.** *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky.* Praha : Grada Publishing, 2003. str. 160. 80-247-0385-8.
- [2] **JANEČKOVÁ, Lidmila a VAŠTÍKOVÁ, Miroslava.** *Marketing měst a obcí.* Praha : Grada Publishing, 1999. str. 184. 80-7169-750-8.
- [3] **KOTLER, Philip a KELLER, Kevin Lane.** *Marketing management.* 12. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. str. 792. 978-80-247-1359-5.
- [4] **KOTLER, Philip, a další.** *Moderní marketing.* 4. evropské vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. str. 1048. 978-80-247-1545-2.
- [5] **KOZEL, Roman a kolektiv.** *Moderní marketingový výzkum.* Praha : Grada Publishing, 2006. str. 280. 80-247-0966-X.
- [6] **VAŠTÍKOVÁ, Miroslava.** *Marketing služeb - efektivně a moderně.* Praha : Grada Publishing, 2008. str. 232. 978-80-247-2721-9.

### B, Speciální zdroje

- [7] *Propagační materiály města.* Frenštát pod Radhoštěm : Kulturní dědictví, o.s., 2008.

### C, Elektronické zdroje

- [8] **DIVÁKOVÁ, Dana a ŠIMOŇÁKOVÁ, Pavla.** Sociodemografická analýza správního obvodu města Frenštát p. R. [Online] 14. leden 2009. [Citace: 10. únor 2009.] <http://www.mufrenstat.cz>.
- [9] Městský úřad Frenštát pod Radhoštěm. [Online] WEBHOUSE, s.r.o., 7. duben 2009. [Citace: 16. leden 2009.] <http://www.frenstatpr.cz>.
- [10] Oficiální stránky města. [Online] WEBHOUSE, s.r.o., 7. duben 2009. [Citace: 25. leden 2008.] <http://www.mufrenstat.cz>.
- [11] **PANTLÍK, Lukáš.** Rozpočet města Frenštát p.R. [Online] 2008. <http://www.mufrenstat.cz>.
- [12] Petice za zrušení a zasypání dolu Frenštát. [Online] 2006. <http://www.mufrenstat.cz>.
- [13] Wikipedia. [Online] 3. březen 2009. [Citace: 20. leden 2009.] <http://cs.wikipedia.org>.



## SEZNAM ZKRATEK

%	procenta
°C	stupeň celsia
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
cca	asi, kolem, přibližně
č.	číslo
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
h	hodina
ha	hektar
Kč	česká koruna
km	kilometr
km <sup>2</sup>	kilometr čtvereční
m <sup>3</sup>	metr krychlový
Mgr.	magistr
MHD	městská hromadná doprava
mm	milimetr
např.	například
obr.	obrázek
Sb.	sbírka
str.	strana
tab.	tabulka
tj.	to jest
tzn.	to znamená
tzv.	takzvaný

viz. videre licet (lze vidět)

www World Wide Web

ZŠ základní škola

# PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo,
- беру на vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3),
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že údaje o bakalářské práci, obsažené v Záznamu o závěrečné práci, umístěném v příloze mé bakalářské práce, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO,
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,
- bylo sjednáno, že užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 27. dubna 2009

.....  
Jan Kubeša

Adresa trvalého pobytu studenta:

Lichnov 465, 744 01 Frenštát pod Radhoštěm

## **PŘÍLOHY**

- Příloha 1:** Fotodokumentace města Frenštát p. R.
- Příloha 2:** Sociodemografická studie Frenštátu p. R.
- Příloha 3:** Rozpočet města Frenštát p. R. na rok 2009
- Příloha 4:** Dotazník
- Příloha 5:** Podrobné výsledky k vyhodnocení dotazníků

## **Příloha 1: Fotodokumentace města Frenštát p. R.**

**Obr. 1.1 Historické jádro města Frenštát pod Radhoštěm**



Zdroj: [10]



Zdroj: [10]

**Obr. 1.2 Kulturní dům**

**Kulturní dům**



Zdroj: vlastní

**Kulturní dům – přední vchod**



Zdroj: vlastní

**Knihovna**



Zdroj: vlastní

**Výstavní síň Albína Poláška a čajovna Magnolia**



Zdroj: vlastní



**Obr. 1.3 Kino**



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

**Obr. 1.4 Muzeum**



Zdroj: [10]



Zdroj: [10]

**Obr. 1.5 Městská sportovní hala**



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

**Obr. 1.6 Aquapark**



Zdroj: vlastní



Zdroj: [10]

**Obr. 1. 7 Krytý bazén**



Zdroj: vlastní



Zdroj: [10]

**Obr. 1.8 Městská sauna**



Zdroj: vlastní



## Příloha 2: Sociodemografická studie Frenštátu p. R.



### Sociodemografická analýza správního obvodu města Frenštát pod Radhoštěm

---

Zpracoval  
Institut komunitního rozvoje  
Na Hradbách 6, 702 00 Ostrava  
[institut@ikor.cz](mailto:institut@ikor.cz)

[www.ikor.cz](http://www.ikor.cz)  
596 138 006  
731 462 017

Ing. Dana Diváková  
Mgr. Pavla Šimoňáková



## 1. Cíle dokumentu

Cílem tohoto dokumentu je popis základních sociodemografických údajů týkajících se konkrétně 5 obcí správního obvodu města Frenštát pod Radhoštěm. Jedná se o tyto obce: Veřovice, Trojanovice, Tichá, Lichnov, Bordovice a město Frenštát pod Radhoštěm.

Každá z těchto obcí je níže popsána z pohledu vývoje počtu obyvatel, jeho skladby z hlediska pohlaví, věkové struktury, vzdělanosti a dalších kategorií.

Tabulky jsou dále také doplněny o přehledné grafy zjednodušující popis situace. Zdrojem pro popis jednotlivých sociodemografických kategorií byly především údaje Českého statistického úřadu.

## 2. Základní údaje

V následujících tabulkách je patrný přehled všech obcí dle katastrální plochy, počtu obyvatel a také míry nezaměstnanosti, která byla zaznamenána k 31.10. 2008.

Městem s největším počtem obyvatel je Frenštát pod Radhoštěm, následován Trojanovicemi a Veřovicemi. Nejmenší obcí daného správního obvodu je obec Bordovice, a to jak podle katastrální výměry, tak podle počtu obyvatel.

	Katastrální plocha (ha)	Počet obyvatel	Míra nezaměstnanosti
Frenštát pod Radhoštěm	1 143	11 232	4,43
Trojanovice	3 580	2 275	4,87
Veřovice	1 657	1 975	3,66
Tichá	1 644	1 674	5,76
Lichnov	1 207	1 392	3,23
Bordovice	630	572	5,10

V níže uvedené tabulce je pak uveden přehled průměrného věku obyvatel za jednotlivé obce.

**Podle průměrného věku obyvatel je „nejmladší“ obec Veřovice. Nejvyšší věkový průměr obyvatel je v obci Trojanovice.**

Průměrný věk obyvatel k 1.1.2007			
	Průměrný věk		
	celkem	muži	ženy
Veřovice	39,6	38,4	40,7
Frenštát pod Radhoštěm	39,7	37,6	41,6
Tichá	39,9	38,7	41,1
Bordovice	40,1	38,8	41,4
Lichnov	40,4	38,9	41,9
Trojanovice	41,0	39,4	42,6

Při srovnání jednotlivých obcí ve správním obvodu města Frenštát pod Radhoštěm z hlediska nezaměstnanosti je **nejmenší procento nezaměstnaných obyvatel v obci Lichnov, nejvíce pak v obci Tichá.**

	Míra nezaměstnanosti
Tichá	5,76
Bordovice	5,10
Trojanovice	4,87
Frenštát pod Radhoštěm	4,43
Veřovice	3,66
Lichnov	3,23

Pro potřeby komunitního plánování je zapotřebí znát počet obyvatel pobírajících příspěvky na péči a počet držitelů mimořádných výhod. Počet příspěvků byl srovnán s počtem obyvatel.

Z tohoto srovnání vyplývá, že v procentuálním vyjádření je nejvíce vyplacených příspěvků na péči ve městě Frenštát pod Radhoštěm 3,26%. Následuje obec Tichá 2,9% a Bordovice 2,9%, obec Trojanovice 2,59%, Lichnov 2,4% a Veřovice 2,3%.

Počet vyplacených příspěvků na péči k 30.11.2008		
	Počet příspěvků	Procentuální vyjádření
Frenštát pod Radhoštěm	367	3,26%
Tichá	49	2,90%
Bordovice	17	2,90%
Trojanovice	59	2,59%
Lichnov	34	2,40%
Veřovice	46	2,30%

Stejná či podobná situace je i v počtu držitelů mimořádných výhod.

Počet držitelů mimořádných výhod	
	Počet příspěvků
Frenštát pod Radhoštěm	183
Trojanovice	95
Veřovice	60
Tichá	53
Lichnov	46
Bordovice	18

Podle procentuálního vyjádření , uvedeného výše, nejsou ve správním obvodu města Frenštát pod Radhoštěm výrazné výkyvy z hlediska vyplacených příspěvků na péči či držitelů mimořádných výhod. Tato skutečnost je pozitivní ve vztahu k potřebnosti zajišťování sociálních služeb, neboť není nezbytné věnovat se primárně jedné obci.

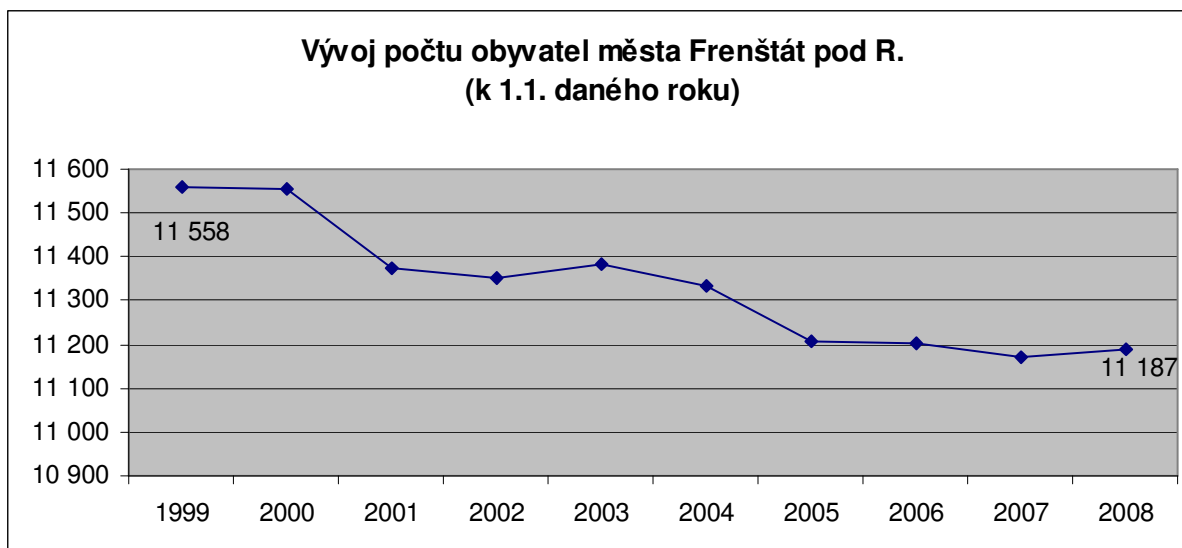
### 3. Frenštát pod Radhoštěm

#### Vývoj počtu obyvatel

Město Frenštát pod Radhoštěm je městem s nejvyšším počtem obyvatel daného správního obvodu.

Jak vyplývá z níže uvedené tabulky, **počet obyvatel** ve městě Frenštát pod Radhoštěm **klesal od roku 1999 do roku 2005**. Od tohoto roku je počet obyvatel více méně vyrovnaný.

Vývoj počtu obyvatel města Frenštát pod Radhoštěm (k 1.1. daného roku)	
Rok	Počet obyvatel
1999	11 558
2000	11 554
2001	11 376
2002	11 350
2003	11 381
2004	11 334
2005	11 209
2006	11 201
2007	11 173
2008	11 187

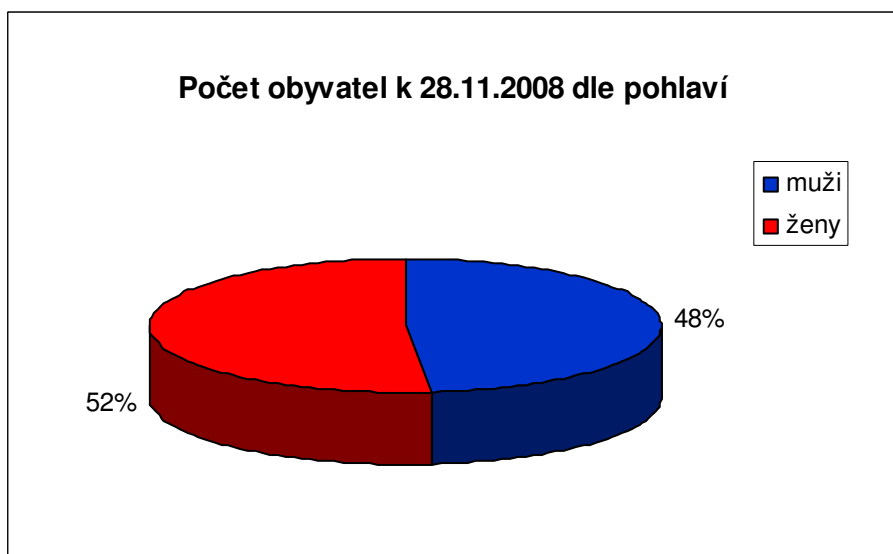


### Vývoj počtu obyvatel dle pohlaví

Z hlediska počtu obyvatel podle pohlaví je zřejmé, že ve Frenštátě pod Radhoštěm **převažují ženy nad muži** o 6,8%, což v absolutní hodnotě činí 396 osob.

Pro potřeby zpracování Střednědobého plánu rozvoje sociální služeb je tento údaj důležitý pouze ve srovnání s věkovými skupinami.

Počet obyvatel k 28.11.2008	
muži	5 418
ženy	5 814
Celkem	11 232



## Skladba obyvatel dle věkových skupin

Skladba obyvatel dle věkových skupin ukazuje, že ve věkové skupině od 0 – 14 let převažují muži, ve věkové skupině 15 – 64 let je počet obyvatel podle pohlaví vyrovnaný, avšak ve věkové skupině 65 let a více již silně převažují ženy.

Tento údaj je důležitý především ve vazbě na zpracovanou Analýzu potřeb sociálních služeb. Nejen, že v rámci zpracování analýzy odpovídaly více ženy, ale zároveň jsou právě ženy častějšími uživateli sociálních služeb než muži.

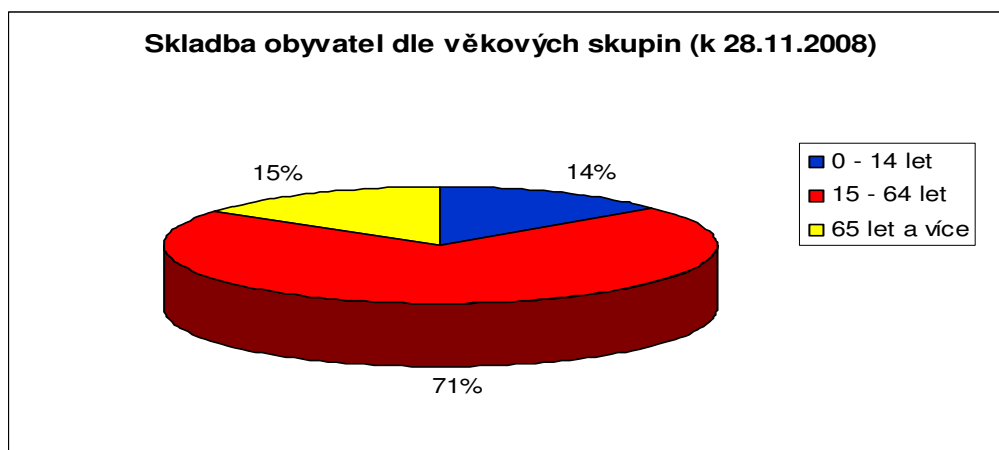
Nejvíce zastoupenou věkovou skupinou jsou občané ve věku od 15 – 64 let, počet obyvatel nad 65 let věku tvoří 15,4%.

Bez zajímavosti není ani vztah mezi věkovou skupinou 0 – 14 let, která činí 1 573 obyvatel a věkovou skupinou nad 65 let, která tvoří 1 731 obyvatel. Rozdíl u těchto věkových skupin je vyšší, než-li je průměr Moravskoslezského kraje.

**Index stáří** /podíl počtu osob věkové skupiny 65 a více a počtu osob věkové skupiny 0 – 14 let/ činí v daném městě **110,4**, přičemž index **stáří Moravskoslezského kraje** činí **93,5**.

Skladba obyvatel dle věkových skupin (k 28.11.2008)	
věk. skupiny:	
0 - 14 let	1 573
muži	823
ženy	750
15 - 64 let	7 928
muži	3 954
ženy	3 974
65 let a více	1 731
muži	633
ženy	1 098
Celkem	11 232

V níže uvedeném grafu uvádíme pro přehlednost procentuální podíl jednotlivých věkových skupin.



Je zcela zřejmé, že vývoj skladby obyvatel podle věkových skupin bude mít stejnou tendenci, jaká je v celém kraji. Stárnutí populace je obecným jevem a při plánování sociálních služeb je nezbytné s touto skutečností počítat.

### **Přirozený přírůstek**

Vývoj počtu obyvatel ovlivňuje rovněž mortalita (úmrtnost). Z níže uvedené tabulky je zřejmé, že ve Frenštátě pod Radhoštěm byl k uvedenému datu záporný přirozený přírůstek, tedy bylo více zemřelých než narozených.

Tuto skutečnost není možno ovlivnit. Jedinou cestou, jak zvýšit porodnost, je změna legislativních podmínek či nabídek na centrální úrovni /zvýšení mateřského příspěvku, možnost určit si dobu rodičovské dovolené apod./.

Na mortalitu má přirozeně vliv také životní prostředí ve smyslu zátěže obyvatel civilizačními chorobami. Na druhou stranu je třeba říci, že úmrtnost na civilizační choroby – novotvary, nemoci oběhové soustavy apod. – mírně klesá. Tato skutečnost je způsobena vědeckým vývojem v oblasti lékařství.

<b>Vývoj počtu obyvatel - přirozený přírůstek (k 28.11.2008)</b>	
Živě narození	97
muži	52
ženy	45
Zemřelí	108
muži	47
ženy	61
Přirozený přírůstek	-11
muži	5
ženy	-16

### **Migrace**

Z níže uvedené tabulky je zřejmé, že v oblasti migrace bylo ve Frenštátě pod Radhoštěm zaznamenáno v roce 2007 kladné saldo, tedy do města se přistěhovalo více občanů, než-li se vystěhovalo. V absolutní hodnotě činí toto kladné saldo 15 osob.

K 28.11.2008 však již zaznamenáváme záporné migrační saldo, z města se vystěhovalo 28 obyvatel.

Tato skutečnost může být způsobena mnoha faktory, obecně se u města tohoto typu jedná o změnu bydliště občanů z důvodu zaměstnání.

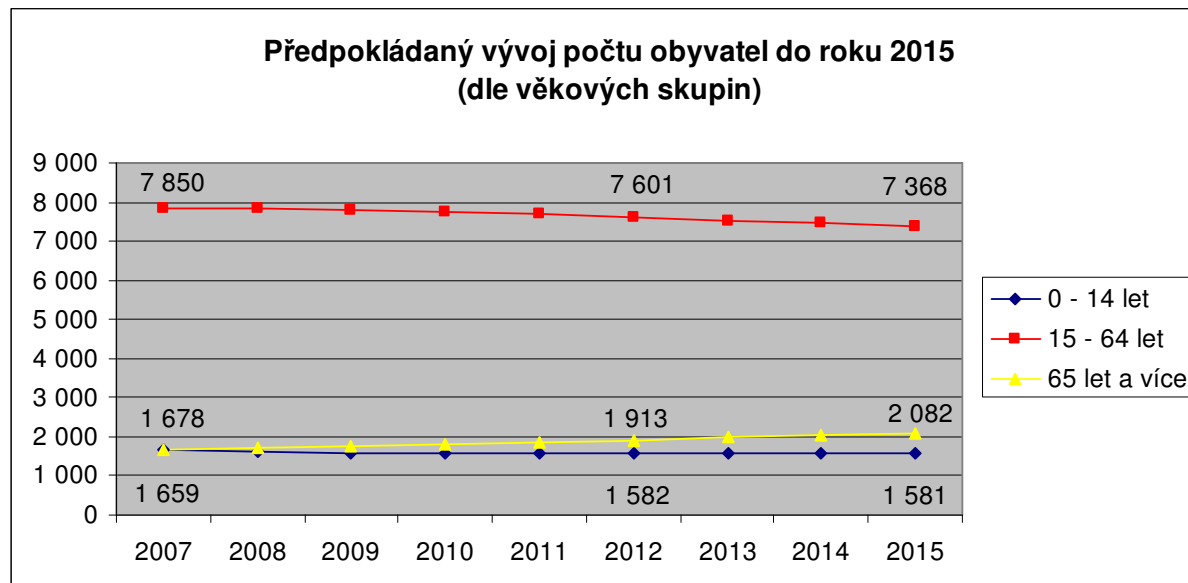
Pro potřeby komunitního plánování je zapotřebí vytvářet přívětivé prostředí pro občany tak, aby migrace obyvatel byla co nejnižší. Počet obyvatel má přímou úměrnost k příjmům obce a je tedy nezbytné migraci omezit na nejnižší možnou míru.

Migrace obyvatel (rok 2007)	
Přistěhovalí	233
muži	104
ženy	129
Vystěhovalí	218
muži	102
ženy	116
Saldo migrace	15
muži	2
ženy	13

Migrace obyvatel (k 28.11.2008)	
Přistěhovalí	156
Vystěhovalí	184
Saldo migrace	-28

### Předpokládaný vývoj počtu obyvatel do roku 2015

Vývoj počtu obyvatel dle věkových skupin bude nadále vyrovnaný. Mírně bude klesat počet obyvatel od 0 – 14 let, více bude stoupat počet obyvatel ve věkové skupině 65 a více let.



Pro potřeby komunitního plánování je tato skutečnost velmi důležitá. Jak jsme již uvedli, zvyšující se počet osob nad 65 let vyžaduje zvýšené nároky na zajištění dostupných sociálních služeb.

Prodlužování průměrného věku dožití – ženy 78,5 let, muži 72,1 let – má rovněž vliv na zajištění sociálních služeb. Je zřejmé, že ve větší či menší míře budou využívat senioři sociální služby po dobu až 10 let a více.

Především se bude jednat o pečovatelskou službu či domovy pro seniory, nicméně i další služby pro danou cílovou skupinu budou nezbytné.

Ve srovnání s ostatními okresy má okres Nový Jičín, do kterého město Frenštát pod Radhoštěm spadá, průměrný věk dožití nejvyšší jak u žen, tak u mužů.

## Obyvatelstvo dle státního občanství a národnosti

Obyvatelstvo dle státního občanství není pro potřeby komunitního plánování zásadní, na druhou stranu základní informovanost v této oblasti může napomoci pro zjištění přístupu občanů k danému městu.

Dle Sčítání lidu, domů a bytů z roku 2001 vyplynulo, že ve městě Frenštát pod Radhoštěm bylo 99,3% občanů státního občanství České republiky.

Obyvatelstvo dle státního občanství (SLDB 2001)				
	Muži	Ženy	Celkem	
			abs.	%
Česká republika	5415	5866	11281	99,3%
Slovenská republika	8	12	20	0,2%
státy EU	5	2	7	0,1%
ostatní	33	20	53	0,5%
<b>Celkem</b>	<b>5461</b>	<b>5900</b>	<b>11361</b>	<b>100,0%</b>

Národnost ve městě Frenštát pod Radhoštěm tvořila v 90,9% národnost česká a ve 3,9% národnost slovenská. Ostatní národnosti jsou početně zanedbatelné.

Obyvatelstvo dle národnosti (SLDB 2001)				
	Muži	Ženy	Celkem	
			abs.	%
česká	4 908	5 416	10 324	90,9%
moravská	256	188	444	3,9%
slezská	5	1	6	0,1%
slovenská	87	130	217	1,9%
romská	0	0	0	0,0%
polská	5	3	8	0,1%
německá	6	2	8	0,1%
ruská	1	9	10	0,1%
ukrajinská	11	3	14	0,1%
vietnamská	21	7	28	0,2%
ostatní	46	24	70	0,6%
nezjištěna	115	117	232	2,0%
<b>Celkem</b>	<b>5 461</b>	<b>5 900</b>	<b>11 361</b>	<b>100,0%</b>



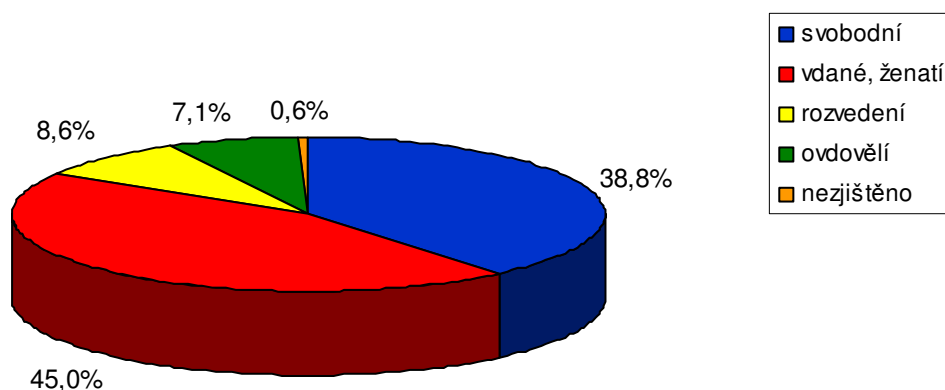
## Obyvatelstvo dle rodinného stavu

Údaje o rodinném stavu občanů jsou rovněž k dispozici pouze z roku 2001. Pro základní orientaci a vztah ke komunitnímu plánování je důležitý především údaj o ovdovělých.

Jak lze z tabulky vyčíst, počet ovdovělých žen je více než šestinásobný. Je sice zřejmé, že ženy jsou schopny se dlouhodobě o sebe postarat samy, nicméně vzhledem k prodlužování průměrného věku dožití je nezbytné s touto skutečností do budoucna počítat.

Obyvatelstvo dle rodinného stavu (SLDB 2001)				
	Muži	Ženy	Celkem	
			abs.	%
svobodní	2 369	2 041	4 410	38,8%
vdané, ženatí	2 563	2 546	5 109	45,0%
rozvedení	394	578	972	8,6%
ovdovělí	103	698	801	7,1%
nezjištěno	32	37	69	0,6%
<b>Celkem</b>	<b>5 461</b>	<b>5 900</b>	<b>11 361</b>	<b>100,0%</b>

Skladba obyvatel dle rodinného stavu (SLDB 2001)



## Obyvatelstvo dle vzdělání

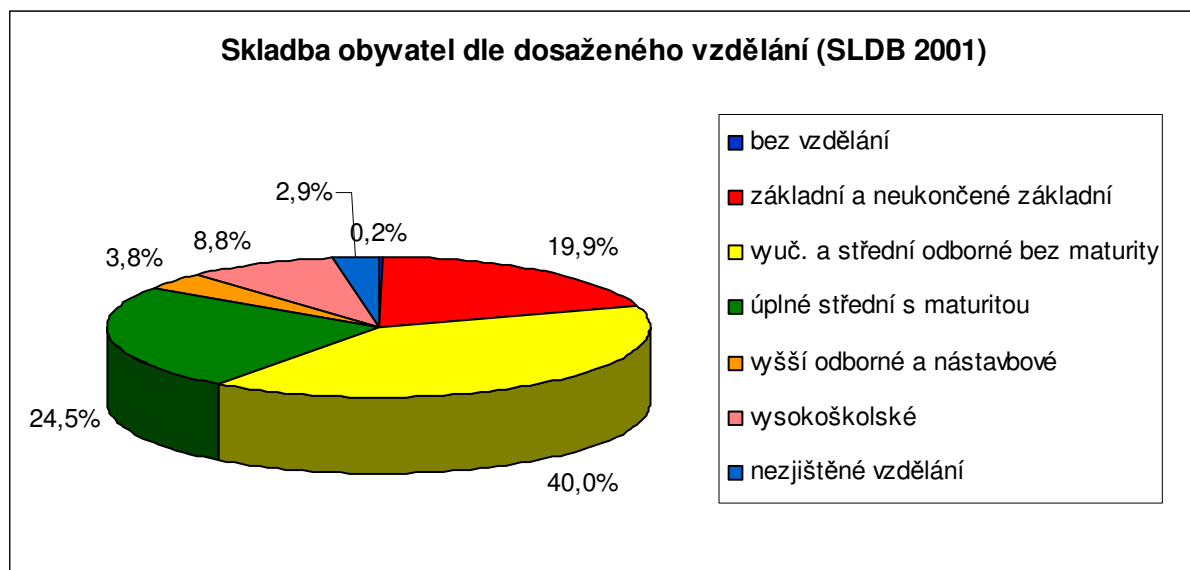
Pro potřeby Střednědobého plánu rozvoje sociálních služeb je velmi důležité zjištění složení obyvatelstva dle vzdělání.

Jak vyplývá z jiných průzkumů, vzdělanější obyvatelstvo je nejen schopnější zjišťovat potřebné informace, přizpůsobovat se novým situacím a okolnostem, ale zároveň vyžaduje jiné podmínky v oblasti sociálních služeb.

Údaje o vzdělání jsou z roku 2001, to je ze Sčítání lidu, domů a bytů.

Nejvíce obyvatel je s vyučením či se středním odborným vzděláním bez maturity, a to ve 40%, dále s úplným středním vzděláním s maturitou ve 24,5%. Vysokoškolsky vzdělané obyvatelstvo pak tvoří 8,8%.

Obyvatelstvo 15leté a starší dle vzdělání (SLDB 2001)				
	Muži	Ženy	Celkem	
			abs.	%
bez vzdělání	4	12	16	0,2%
základní a neukončené základní	588	1 262	1 850	19,9%
vyuč. a střední odborné bez maturity	2 052	1 661	3 713	40,0%
úplné střední s maturitou	1 042	1 237	2 279	24,5%
vyšší odborné a nástavbové	127	225	352	3,8%
vysokoškolské	495	324	819	8,8%
nezjištěné vzdělání	119	146	265	2,9%
<b>Celkem</b>	<b>4 427</b>	<b>4 867</b>	<b>9 294</b>	<b>100,0%</b>



### Obyvatelstvo dle ekonomické aktivity

Pro základní informaci je důležitý poměr mezi ekonomicky aktivními a ekonomicky neaktivními obyvateli.

Ekonomicky aktivních obyvatel bylo v roce 2001 49,6% a ekonomicky neaktivních 49,1%.

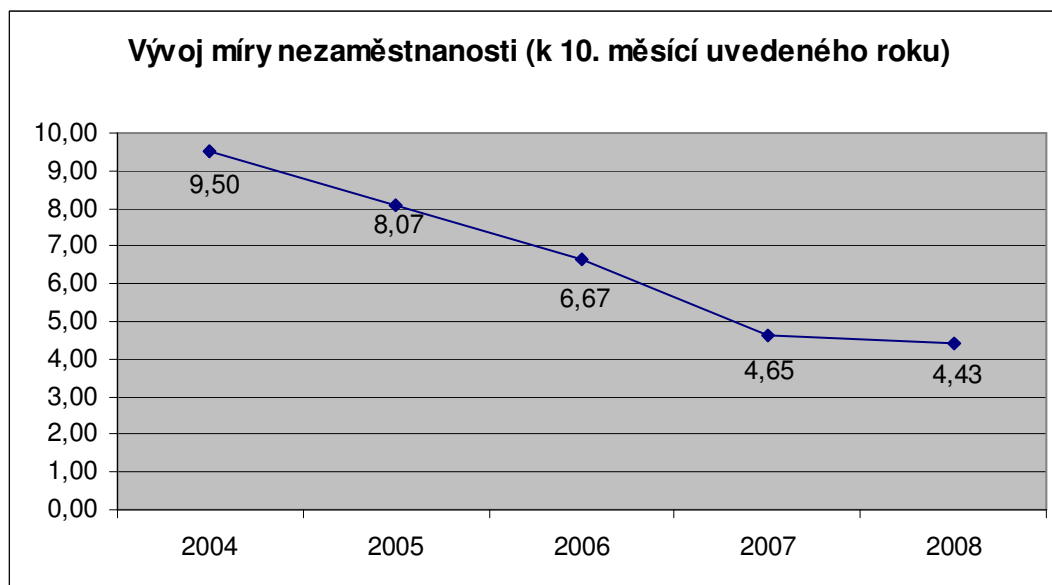
Tento údaj je pouze informativní vzhledem k roku statistického sledování.

Obyvatelstvo dle ekonomické aktivity (SLDB 2001)				
	Muži	Ženy	Celkem	
			abs.	%
Ekonomicky aktivní celkem	3 064	2 576	5 640	49,6%
v tom:				
zaměstnaní	2 750	2 356	5 106	44,9%
z toho: zam. os., zaměstnavatelé, sam.čin.	2 677	2 178	4 855	42,7%
pracující důchodci	62	82	144	1,3%
ženy na mateřské dovolené	0	84	84	0,7%
nezaměstnaní	314	220	534	4,7%
Ekonomicky neaktivní celkem	2 319	3 264	5 583	49,1%
v tom:			0	0,0%
nepracující důchodci	871	1 538	2 409	21,2%
ostatní s vlastním zdrojem obživy	14	197	211	1,9%
žáci, studenti, učni	1 061	1 080	2 141	18,8%
osoby v domácnosti	0	84	84	0,7%
ostatní závislé osoby	373	365	738	6,5%
Osoby s nezjištěnou ekonom. aktivitou	78	60	138	1,2%
<b>Obyvatelstvo úhrnem</b>	<b>5 461</b>	<b>5 900</b>	<b>11 361</b>	<b>100,0%</b>

**Mnohem důležitějším údajem je vývoj nezaměstnanosti**, který je zpracován k datu 31. 10. 2008. Jak je z níže uvedené tabulky patrné, **míra nezaměstnanosti ve městě Frenštát pod Radhoštěm od roku 2004 klesá**. V současné době tvoří 4,43%, což je takřka o 45% méně, než-li je aktuální míra nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji.

Na druhou stranu je třeba říci, že se tato situace může v následujících měsících dramaticky změnit vzhledem k vývoji na světových trzích a jeho dopadu na Českou republiku.

Vývoj nezaměstnanosti (k 31.10. uvedeného roku)		
	Počet uchazečů o zaměstnání	Míra nezaměstnanosti
2004	536	9,50
2005	499	8,07
2006	413	6,67
2007	292	4,65
2008	267	4,43



Zdroj: [8] upraveno autorem

### Příloha 3: Rozpočet města Frenštát p. R. na rok 2009

#### PŘÍJMY

ř.č.	příjmy běžné	rozpočet 2009	úprava	upr. rozp. 2009
1	dotace neúčelová	19 711,0	509,0	20 220,0
2	- z toho na školství	1 946,0	-28,0	1 918,0
3	- z toho na výkon státní správy	17 765,0	537,0	18 302,0
5	dotace - soc-právní ochrana dětí - předpoklad	1 295,0		1 295,0
6	dotace-sociální dávky-hmotná nouze vč. poukázek, zdravotně postižení	650,0	8 200,0	8 850,0
7	dotace-příspěvek na péči oprávněným osobám		32 415,0	32 415,0
8	dotace-hasiči			0,0
9	dotace na činnost odborného lesního hospodáře			0,0
10	dotace-úřad práce			0,0
11	dotace neinvestiční - NZPDM			0,0
12	dotace výkon státní správy v sociálních službách	383,0		383,0
13				0,0
14				0,0
15				0,0
16				0,0
17				0,0
18				0,0
19				
20				0,0
21				0,0
22	<b>dotace provozní celkem</b>	<b>22 039,0</b>	<b>41 124,0</b>	<b>63 163,0</b>
23				
24	žáci-školy	870,0	0,0	870,0
25	ZŠ-odvod odpisů	245,0		245,0
26	ZŠ-odvod (vratky) + penále			0,0
27	<b>školství celkem</b>	<b>1 115,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1 115,0</b>
28				
29	knihovna	350,0	0,0	350,0
30	výstavní síň	10,0	0,0	10,0
31	azylový dům	500,0	0,0	500,0
32	krytý bazén	1 500,0	0,0	1 500,0
33	aquapark-vstupné	2 400,0	0,0	2 400,0
34	-pronájem	350,0	0,0	350,0
35	-parkovné	100,0	0,0	100,0
36	sauna	60,0	0,0	60,0
37				0,0
38	sportovní hala + sportovní hřiště MČ	350,0	17,5	367,5
39	klub důchodců-nájemné	2,0	0,0	2,0
40	radniční věž-vstupné	7,0	0,0	7,0
41				
42	<b>příjmy běžné</b>	<b>rozpočet 2009</b>	<b>úprava</b>	<b>upr. rozp. 2009</b>
43		0,0	0,0	0,0
44	JSDH-zajišťování požární ochrany cizím subjektům	480,0	0,0	480,0
45	kino-vstupné	630,0	0,0	630,0
46	-ostatní	60,0	0,0	60,0
47	kulturní dům-vstupné	510,0	0,0	510,0
48	-kurzovné	260,0	0,0	260,0
49	-ostatní příjmy KD	480,0		480,0
50	<b>org.města celkem</b>	<b>8 049,0</b>	<b>17,5</b>	<b>8 066,5</b>
51				
52	<b>Hospodaření s bytovým fondem</b>			
53	<b>- služby</b>	<b>20 400,0</b>		<b>20 400,0</b>
54	<b>- nájem</b>	<b>12 900,0</b>		<b>12 900,0</b>
55				

56	dlouhodobé nájmy-pozemky	430,0		430,0
57	-radnice vč. KB	1 850,0		1 850,0
58	-Martinská čtvrť	561,0		561,0
59	-kulturní dům	85,0	0,0	85,0
60	-pohřebnictví	23,0		23,0
61	-krytý bazén	215,0	0,0	215,0
62	-ost.nemovitosti	2 235,0		2 235,0
63	-kino	5,0	0,0	5,0
64	-ASTRA, CVČ - poskytnuto v příspěvku	1 539,0	97,0	1 636,0
65	-ost.poskytnuto jako dotace	1 377,5	81,5	1 459,0
66	- Dolní 497	409,0		409,0
67	<b>nájmy dlouhodobé celkem</b>	<b>8 729,5</b>	<b>178,5</b>	<b>8 908,0</b>
68				
69	daň z příjmů PO	22 500,0		22 500,0
70	daň z příjmů FO-sdílená	1 400,0		1 400,0
71	daň z příjmů FO-srážková	1 400,0		1 400,0
72	daň z příjmů ze závislé činnosti	17 700,0		17 700,0
73	daň z přidané hodnoty	38 000,0		38 000,0
74	daň z příjmů ze závislé činnosti (dle zaměstnanosti)	2 600,0		2 600,0
75	daň z příjmů FO-výlučná	4 400,0		4 400,0
76	daně zrušené			
77	daň z nemovitostí	2 800,0		2 800,0
78	<b>daně celkem</b>	<b>90 800,0</b>	<b>0,0</b>	<b>90 800,0</b>
79				
80	<b>odvody ze zemědělského půdního fondu</b>	<b>10,0</b>		<b>10,0</b>
81	<b>příjmy běžné</b>	<b>rozpočet 2009</b>	<b>úprava</b>	<b>upr. rozp. 2009</b>
82	poplatky správní - stavební	250,0		250,0
83	-živnostenské	195,0		195,0
84	-výherní hrací přístroje	700,0		700,0
85	- pasy+pokuty	500,0		500,0
86	- občanské průkazy+pokuty	70,0		70,0
87	- ověřování	300,0		300,0
88	- odbor dopravy	2500,0		2 500,0
89	- evidence obyvatel+matrika	120,0		120,0
90	- životní prostředí	100,0		100,0
91	-ostatní	30,0		30,0
92	-výpisy Czech Point	120,0		120,0
93	<b>poplatky správní celkem</b>	<b>4 885,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4 885,0</b>
94				
95	pokuty-městská policie	150,0	0,0	150,0
96	odtahy-městská policie	50,0	0,0	50,0
97	pokuty-dopravní	600,0		600,0
98	pokuty ostatní	200,0		200,0
99	penále + sml.pokuty	30,0		30,0
100	<b>sankční celkem</b>	<b>1 030,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1 030,0</b>
101				
102	prodej materiál, DHM	10,0		10,0
103	informační systém - Replay	180,0		180,0
104	tepelné hospodářství - nájem tepelných zařízení			0,0
105				0,0
106				0,0
107				0,0
108	dobývací prostor	85,0		85,0
109	reklama	20,0		20,0
110	pohřebnictví	360,0	0,0	360,0
111	úroky z BÚ	600,0		600,0
112	úroky z úsporných vkladů	600,0		600,0
113	poplatky za znečištění živ.prostředí	20,0		20,0

114	pronájem vysíl.kapacity	60,0		60,0
115	inzerce ve Zpravodaji	50,0	0,0	50,0
116	výtěžek loterií apod. (dle zák. 20/90 Sb.)	800,0		800,0
117	pojistné náhrady			0,0
118	prodej Zpravodaje	35,0		35,0
119	separace odpadu-firma Ekocom	1 000,0		1 000,0
120	odvod odpisů Astra, cvč	34,0	0,0	34,0
121	dary	0,0		0,0
122	ostatní (nahodilé)	220,0		220,0
123	<b>ostatní příjmy celkem</b>	<b>4 074,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4 074,0</b>
124	<b>příjmy běžné</b>	<b>rozpočet 2009</b>	<b>úprava</b>	<b>upr. rozp. 2009</b>
125	poplatky místní-psi	330,0		330,0
126	-veřejné prostranství	400,0		400,0
127	-veřejné prostranství-trhy	30,0		30,0
128	-lázeňský a rekreační pobyt	115,0		115,0
129	-ubytovací kapacita	65,0		65,0
130	-nakládání s odpadem	5 775,0		5 775,0
131	-výherní hrací přístroje	1 100,0		1 100,0
132	<b>místní poplatky celkem</b>	<b>7 815,0</b>		<b>7 815,0</b>
133				
134				
135				
136	<b>dividendy+podíly na zisku</b>	<b>690,0</b>		<b>690,0</b>
137				<b>0,0</b>
138	<b>TS - parkoviště Rožnovská</b>	<b>1 450,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1 450,0</b>
139	<b>TS - garáže</b>	<b>568,0</b>	<b>0,0</b>	<b>568,0</b>
140	<b>TS- parkovací automaty</b>	<b>400,0</b>		<b>400,0</b>
141	<b>TS-kemp</b>	<b>2 550,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2 550,0</b>
142	<b>TS - jiné</b>	<b>700,0</b>	<b>0,0</b>	<b>700,0</b>
143	<b>příjmy běžné celkem mínus dotace na kapit.výdaje</b>	<b>188 204,5</b>	<b>41 320,0</b>	<b>229 524,5</b>
144				
145	<b>PŘÍJMY KAPITÁLOVÉ</b>	<b>rozpočet 2009</b>	<b>úprava</b>	<b>upr. rozp. 2009</b>
146	prodej-pozemky			0,0
147	-byty	0,0		0,0
148	-nemovitosti			0,0
149				0,0
150	-movitý investiční majetek			0,0
151	<b>prodej celkem</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
152				<b>0,0</b>
153	<b>předpokládaná dotace na rekonstrukci MŠ Školská</b>	<b>6 300,0</b>		<b>6 300,0</b>
154				<b>0,0</b>
155	<b>kapitálové příjmy celkem + dotace na kapit. výdaje</b>	<b>6 300,0</b>	<b>0,0</b>	<b>6 300,0</b>
156	<b>Příjmy celkem</b>	<b>194 504,5</b>	<b>41 320,0</b>	<b>235 824,5</b>

**VÝDAJE PROVOZNÍ CELKEM**

kapitola		rozpočet 2009	úprava	upravený rozpočet 2009
10	Vodní hospodářství	348,0	130,0	478,0
11	Životní prostředí	635,0	60,0	695,0
12	Doprava	868,0	2 982,0	3 850,0
13	Provoz školských zařízení	11 702,0	129,0	11 831,0
14	Kultura	10 455,0	0,0	10 455,0
15	Veřejná správa	53 390,0	161,0	53 551,0
16	Obrana a bezpečnost	11 964,0	283,0	12 247,0
17	Sociální věci	833,0	40 615,0	41 448,0
18	Technické služby města	15 547,0	0,0	15 547,0
19	Péče o nemovitosti v majetku města	5 747,0	5 181,0	10 928,0
20	Tepelné hospodářství	0,0	0,0	0,0
21	Bytové hospodářství	31 915,0	2 471,0	34 386,0
22	Veřejné osvětlení	4 440,0	568,5	5 008,5
23	Martinská čtvrť	59,0	53,0	112,0
24	Územní rozvoj	170,0	78,0	248,0
25	Cestovní ruch a propagace	2 256,0	137,5	2 393,5
26	Provoz sportovních zařízení města	7 780,0	0,0	7 780,0
27	Zájmová činnost a rekreace	5 680,0	97,0	5 777,0
28	Ostatní finanční náklady	1 566,0	0,0	1 566,0
29	Prevence kriminality	1 182,0	0,0	1 182,0
31	Granty + dotace	0,0	1 800,0	1 800,0
32	Sport a tělovýchova	114,0	421,5	535,5
33	Středisko sociálních služeb	4 742,0	0,0	4 742,0
34	Sdělovací a informační služby	501,5	58,0	559,5
35	Služby a vnitřní obchod	531,0	15,0	546,0
36	Péče o vzhled města	7 923,0	279,5	8 202,5
37	Majetkoprávní a právní náklady	360,0	591,0	951,0
	rezerva	5 654,0	-5 374,0	280,0
	zdroje ke zhodnocování	0,0	0,0	0,0
	<b>provozní (běžné) výdaje celkem</b>	<b>186 362,5</b>	<b>50 737,0</b>	<b>237 099,5</b>

Kapitálové výdaje				
č.ř.	text	návrh rozpočtu 2009	úprava	návrh 2009
1	ZŠ Tyršova - interaktivní tabule	0,0	0,0	0,0
2	ZŠ Záhumí	0,0	60,0	60,0
3	ŠJ ZŠ Záhumí - plynový kotel	0,0	207,0	207,0
4	ŠJ ZŠ Tyršova - nerez regál, lednice	0,0	120,0	120,0
5	knihovna	0,0	0,0	0,0
6	kino - projekční plátno	0,0	90,0	90,0
7	kulturní akce	0,0	10,0	10,0
8	ostatní kulturní činnost	0,0	0,0	0,0
9	kulturní dům	0,0	0,0	0,0
10	památková péče	0,0	0,0	0,0
11	správa MěÚ - osobní automobil	0,0	200,0	200,0
12	správa MěÚ-výpočetní technika	0,0	0,0	0,0
13	elektronický informační systém	0,0	0,0	0,0
14	zákonné osobní náklady	0,0	0,0	0,0
15	hasiči	0,0	0,0	0,0
16	policie	0,0	232,0	232,0
17	SSS - DPS Rožnovská - auto pick-up	0,0	0,0	0,0
18	technické služby	0,0	1 500,0	1 500,0
19	TS-kemp	0,0	0,0	0,0



20	Martinská čtvrť	0,0	0,0	0,0
21	informační centrum	0,0	0,0	0,0
22	aquapark	0,0	60,0	60,0
23	základní umělecká škola - budova	0,0	150,0	150,0
24	MŠ Školská-budova	6 300,0	21 114,0	27 414,0
25	MŠ Markova-budova	0,0	95,0	95,0
26	MŠ Dolní-budova	0,0	1 100,0	1 100,0
27	ZŠ Tyršova - budova	0,0	3 344,0	3 344,0
28	ŠJ ZŠ Tyršova-budova	0,0	0,0	0,0
29	ZŠ Záhumí-budova	0,0	875,0	875,0
30	ŠJ ZŠ Záhumí-budova	0,0	235,0	235,0
31	budova Tyršova 1053	0,0	945,0	945,0
32	kulturní dům - budova	0,0	524,0	524,0
33	kino-budova	0,0	449,0	449,0
34	ubytování bezdomovců-budova	0,0	0,0	0,0
35	klub důchodců-budova	0,0	0,0	0,0
36	krytý bazén-budova	0,0	65,0	65,0
37	sportovní hala	0,0	60,0	60,0
38	aquapark-výstavba	0,0	0,0	0,0
39	Astra, c.v.č. - budova	0,0	700,0	700,0
40	radnice-budova	0,0	400,0	400,0
41	budova čp.494	0,0	0,0	0,0
42	budova čp. 504	0,0	390,0	390,0
43	budova čp. 1004	0,0	0,0	0,0
44	Policie-budova 1836	0,0	0,0	0,0
45	dětské zdravotní středisko	0,0	0,0	0,0
č.ř.	text	návrh rozpočtu 2009	úprava	návrh 2009
46	hasičská zbrojnice-budova	0,0	350,0	350,0
47	budova Dolní 497	0,0	0,0	0,0
48	budova Horní 111-112	0,0	0,0	0,0
49	budova Kopaná čp.917	0,0	0,0	0,0
50	budova Záhumí 407	0,0	0,0	0,0
51	regenerace území tzv. Bumbalovy továrny	0,0	633,0	633,0
52	sauna-budova	0,0	0,0	0,0
53	Radnice kontakt - budova	0,0	0,0	0,0
54	Školní hřiště Tyršova	0,0	0,0	0,0
55	prevence kriminality	0,0	80,0	80,0
56	ZŠ Záhumí - školní hřiště	0,0	0,0	0,0
57	TS-parkoviště Rožnovská	0,0	0,0	0,0
58	Hřbitov	0,0	0,0	0,0
59	chodník při ul. Rožnovská - Albert - po přechod Poliklinika	0,0	1 000,0	1 000,0
60	místní komunikace v sídl. Beskydké - rozšíření MK a jednostranná úprava pěší komunikace	0,0	2 400,0	2 400,0
61	rekonstrukce MK ul. Dolní - u č.p. 502, 503, 1291-1293,1225-1227	0,0	300,0	300,0
62	vybudování otevřeného příkopu na Drahách	0,0	95,0	95,0
	zřízení odstavných stání Sídl. Beskydské	0,0	300,0	300,0
	zřízení odstavných stání park. Dolní + parkoviště u ZŠ Záhumí 407	0,0	500,0	500,0
	pasport dopravního značení místních komunikací	0,0	150,0	150,0
	zřízení pěší komunikace ul. Dráhy (odb. Tyršova - ul. Mariánská)	0,0	600,0	600,0
	zřízení odstavných stání - parkoviště Podkopčí	0,0	500,0	500,0
	zřízení odstavných stání - parkoviště Podřetí	0,0	200,0	200,0
	zřízení odstavných stání - Školská čtvrť	0,0	500,0	500,0
	osvětlení přechodů	0,0	300,0	300,0
	Projektová dokumentace, studie - řešení dopravní situace v ul. Horní	0,0	250,0	250,0
63	PD cyklotrasy a cyklostezky v mikroregionu Frenštátsko-spoluúčasť	0,0	200,0	200,0
64	pasportizace zeleně, inventarizace stromů		400,0	400,0
65	vodovodní přípojka pro krytý bazén		1 130,0	1 130,0
66				

67	Dětská hřiště 3. etapa výstavby na území města		400,0	400,0
68	Přípravná dokumentace - Inženýrské sítě pro lokalitu Marek	0,0	410,0	410,0
69	Docházkový systém pro OS (mimo TS a MP)	0,0	190,0	190,0
70	Projekt Revitalizace Horeček - spoluúčast s Trojanovicemi		150,0	150,0
71	úprava plochy za Muzeem		200,0	200,0
72				0,0
73				0,0
74				0,0
75				0,0
76				0,0
77				0,0
78				0,0
79				0,0
80	výkupy nemovitostí schválené v r. 2008		218,0	218,0
81	Kanalizace Kopaná - PD pro odkanalizování lokality - z r. 2008		1 100,0	1 100,0
82	Vodovodní řad pro RD lokalita Šenk z r. 2008		500,0	500,0
83	Vodovod Bezručova - dokončení II. etapy		663,0	663,0
84	Příjezdová komunikace do PZ v MČ - výkupy pozemků, výběrová řízení, podklady pro podání dotace	0,0	4 669,5	4 669,5
85	energetické audity 2 budovy dle potřeby - 150, 132 tis. z r. 2008		132,0	132,0
86	Územně analytické podklady	0,0	400,0	400,0
87	Územní plán	0,0	313,0	313,0
88	Vlaková zastávka ČD - pořízení PD	0,0	260,0	260,0
89	Dotace - příprava	0,0	260,0	260,0
90	Rozšíření bezdrátového rozhlasu do okrajových částí města - Bezručova, Kopaná, Planiska, Papratná - z r. 2008		100,0	100,0
91	Audit veřejného osvětlení - generel+pasport z r. 2008		450,0	450,0
92	Zlepšení průjezdu městem PD - z r. 2008		190,5	190,5
93	<b>kapitálové výdaje celkem</b>	<b>6 300,0</b>	<b>53 419,0</b>	<b>59 719,0</b>

## REKAPITULACE

sl.1	sl.2	sl.3	sl.4	sl.5	sl.6
řádek		financování	rozpočet 2009	úprava	upravený r. 2009
1		zůstatek z roku 2008	3 898,0	62 836,0	66 734,0
2		z toho stav na BÚ k 31.12.2008		44 491,0	44 491,0
3		z toho finanční majetek		22 795,0	22 795,0
4		z toho finanční vypořádání		-552,0	-552,0
5		revolvingový úvěr			0,0
6		splátky střednědobých úvěrů	4 260,0		4 260,0
7		splátky hypotečních úvěrů 1999,2000	1 480,0		1 480,0
8		splátky půjček a úvěrů ostatních	0,0		0,0
9		<b>financování</b>	<b>-1 842,0</b>	<b>62 836,0</b>	<b>60 994,0</b>

	Rozpočet celkem	rozpočet 2009	úprava	upravený r. 2009
10	příjmy daňové, nedaňové, neinvestiční dotace	188 204,5	41 320,0	229 524,5
11	kapitálové příjmy, investiční dotace	6 300,0	0,0	6 300,0
12	<b>příjmy celkem</b>	<b>194 504,5</b>	<b>41 320,0</b>	<b>235 824,5</b>
13	běžné výdaje mínus zdroje ke zhodn. a neúčelová rezerva	180 708,5	56 391,0	237 099,5
14	zdroje ke zhodnocování	0,0	0,0	0,0
15	rezerva neúčelová	5 654,0	-5 654,0	0,0
16	kapitálové výdaje	6 300,0	53 419,0	59 719,0

17		<b>výdaje celkem</b>	<b>192 662,5</b>	<b>104 156,0</b>	<b>296 818,5</b>
18		<b>saldo příjmy minus výdaje</b>	<b>1 842,0</b>	<b>-62 836,0</b>	<b>-60 994,0</b>
19		financování	-1 842,0	62 836,0	60 994,0
20		<b>saldo příjmů a výdajů + financování</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

Zdroj: [11]

## Příloha 4: Dotazník

Vážení respondenti,

jsem studentem 3. ročníku Ekonomické fakulty VŠB-TUO obor marketing a obchod. Dovoluji si Vám předložit dotazník, který bude sloužit jako podklad pro mou bakalářskou práci. Vámi poskytnuté údaje jsou zcela anonymní a budou použity pouze pro účely mé bakalářské práce. Předem děkuji za objektivní a svědomitý přístup k vyplňování dotazníku. Nabízené odpovědi, prosím, označte zaškrtnutím čtverečků.

Děkuji za spolupráci

Jan Kubeša

1. Jak byste ohodnotil/a životní úroveň ve Frenštátě pod Radhoštěm?

- ☐ velmi dobrá
- ☐ dobrá
- ☐ ani dobrá ani špatná
- ☐ špatná
- ☐ velmi špatná

2. Jak byste ohodnotil/a současný stav těchto oblastí?

(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Propagace města	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce městské policie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Péče o památky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce městského úřadu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvalita a dostupnost služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Zajímáte se o sportovní a kulturní vyžití ve Frenštátě p.R.?

- ☐ ANO
- ☐ NE (přejděte na otázku č. 19)

4. Kolikrát měsíčně se věnujete sportovní činnosti?

- ☐ vícekrát týdně
- ☐ 1x týdně
- ☐ vícekrát měsíčně
- ☐ 1x měsíčně
- ☐ nepravidelně
- ☐ nesportuji

5. Které druhy sportů upřednostňujete?

- ☐ zimní
- ☐ letní

6. Jak byste ohodnotili úroveň městských sportovních zařízení ve Frenštátě p.R.?

- ☐ velmi dobrá
- ☐ dobrá
- ☐ ani dobrá ani špatná
- ☐ špatná
- ☐ velmi špatná

7. U kterých z těchto sportovních zařízení, by podle Vás mělo dojít k opravě nebo ke zlepšení poskytovaných služeb? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)

- ☐ městská sportovní hala
- ☐ aquapark
- ☐ krytý bazén
- ☐ sauna
- ☐ sportovní hřiště u základních škol
- ☐ dětská hřiště

8. Víte o nových sportovních vyžitích, které byste ve Frenštátě uvítali?

- ☐ ANO (prosím, uveďte)

.....

- ☐ NE

9. Jakou částku jste ochotni si navíc připlatit oproti stávající ceně, za jednorázové sportovní vyžití?

- ☐ 0 – 25 Kč
- ☐ 26 – 50 Kč
- ☐ 51 – 100 Kč
- ☐ 100 – více Kč
- ☐ nejsem ochoten si připlatit

10. Vyhovuje Vám otevírací doba městských sportovních zařízení ve Frenštátě p.R.?

- ☐ ANO
- ☐ NE
- ☐ NEVÍM

11. Jak byste ohodnotili úroveň městských kulturních zařízení ve Frenštátě p.R.?

- ☐ velmi dobrá
- ☐ dobrá
- ☐ ani dobrá ani špatná
- ☐ špatná
- ☐ velmi špatná

12. U kterých z těchto kulturních zařízení, by podle Vás mělo dojít k opravě nebo ke zlepšení poskytovaných služeb? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)

- ☐ muzeum
- ☐ kino
- ☐ výstavní síň Albína Poláška
- ☐ čajovna Magnólie
- ☐ knihovna
- ☐ kulturní dům

13. Z nabízených možností vyberte ty, které by podle Vás měly být více podporovány? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)

- ☐ divadelní představení
- ☐ kino
- ☐ výstavy
- ☐ koncerty
- ☐ diskotéky, rockové kluby
- ☐ zájmová činnost (klubovny, výtvarné kurzy, kroužky atd.)
- ☐ naučné stezky nebo jiné formy průvodců
- ☐ jiné .....

14. Jakou částku jste ochotni si navíc připlatit oproti stávající ceně, za jednorázové kulturní vyžití?

- ☐ 0 – 25 Kč
- ☐ 26 – 50 Kč
- ☐ 51 – 100 Kč
- ☐ 100 – více Kč
- ☐ nejsem ochoten si připlatit

15. Víte o nových kulturních vyžitích, které byste ve Frenštátě uvítali?

- ☐ ANO (prosím, uveďte)  
.....
- ☐ NE

16. Uvítali byste zavedení hudebně-kulturního klubu ve Frenštátě p.R.?

- ☐ ANO
- ☐ NE
- ☐ NEVÍM

17. Z jakých zdrojů byste rádi získávali informace o probíhajících sportovních a kulturních akcích? (můžete zaškrtnout i více odpovědí)

- ☐ městské informační centrum
- ☐ tisk
- ☐ vývěsní informační tabule
- ☐ regionální TV
- ☐ rádio
- ☐ internet
- ☐ jiný, prosím, vepište .....

18. Jaká je podle Vás propagace volnočasových aktivit?

(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Sportovní akce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturní akce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Jste:

- ☐ muž
- ☐ žena

20. Vaše bydliště:

- ☐ Frenštát p.R.
- ☐ Trojanovice
- ☐ Veřovice
- ☐ Tichá
- ☐ Lichnov
- ☐ Bordovice

21. Váš věk:

- ☐ 18 – 29
- ☐ 30 – 44
- ☐ 45 – 59
- ☐ 60 – 74
- ☐ 75 a více

Zdroj: vlastní

## Příloha 5: Podrobné výsledky k vyhodnocení dotazníků

Tab. 5.1 Třídění dat druhého stupně podle pohlaví

7. U kterých z těchto sportovních zařízení, by podle Vás mělo dojít k opravě nebo ke zlepšení poskytování služeb?

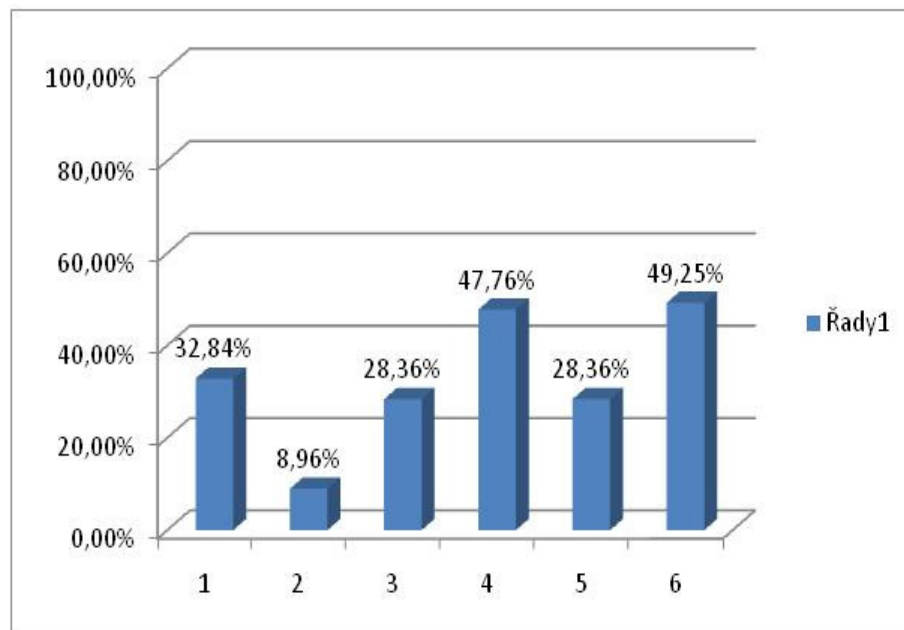
**MUŽI**

**ŽENY**

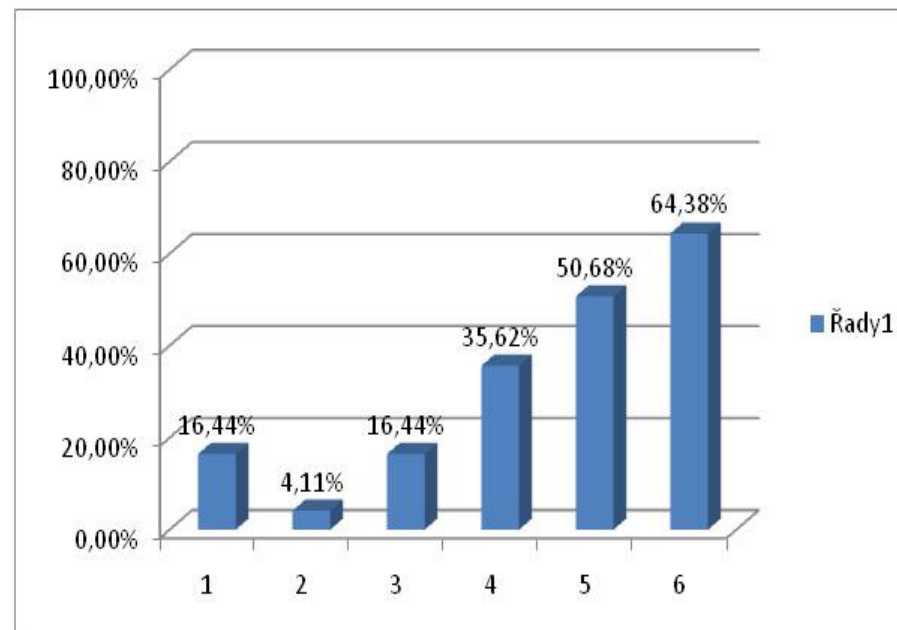
Min	1	1	1	1	1	1		Min	1	1	1	1	1
Max	1	1	1	1	1	1		Max	1	1	1	1	1
Průměr	1	1	1	1	1	1		Průměr	1	1	1	1	1
Modus	1	1	1	1	1	1		Modus	1	1	1	1	1
Rozptyl	0	0	0	0	0	0		Rozptyl	0	0	0	0	0
Směrodatná odchylka	0	0	0	0	0	0		Směrodatná odchylka	0	0	0	0	0
<b>četnosti / otázka</b>	<b>7.1.</b>	<b>7.2.</b>	<b>7.3.</b>	<b>7.4.</b>	<b>7.5.</b>	<b>7.6.</b>		<b>četnosti / otázka</b>	<b>7.1.</b>	<b>7.2.</b>	<b>7.3.</b>	<b>7.4.</b>	<b>7.5.</b>
četnost 1	22	6	19	32	19	33		četnost 1	12	3	12	26	37
četnost 2	0	0	0	0	0	0		četnost 2	0	0	0	0	0
četnost 3	0	0	0	0	0	0		četnost 3	0	0	0	0	0
četnost 4	0	0	0	0	0	0		četnost 4	0	0	0	0	0
četnost 5	0	0	0	0	0	0		četnost 5	0	0	0	0	0
četnost 6	0	0	0	0	0	0		četnost 6	0	0	0	0	0
relat. Četnosti 1	0,328358	0,089552	0,283582	0,477612	0,283582	0,492537		relat. Četnosti 1	0,164384	0,041096	0,164384	0,356164	0,506849
relat. Četnosti 2	0	0	0	0	0	0		relat. Četnosti 2	0	0	0	0	0
relat. Četnosti 3	0	0	0	0	0	0		relat. Četnosti 3	0	0	0	0	0
relat. Četnosti 4	0	0	0	0	0	0		relat. Četnosti 4	0	0	0	0	0
relat. Četnosti 5	0	0	0	0	0	0		relat. Četnosti 5	0	0	0	0	0
relat. Četnosti 6	0	0	0	0	0	0		relat. Četnosti 6	0	0	0	0	0
<b>Kvartily</b>								<b>Kvartily</b>					
1. kvartil	1	1	1	1	1	1		1. kvartil	1	1	1	1	1
2. kvartil	1	1	1	1	1	1		2. kvartil	1	1	1	1	1
3. kvartil	1	1	1	1	1	1		3. kvartil	1	1	1	1	1



## Muži



## Ženy



### Legenda

- 1 městská sportovní hala
- 2 aquapark
- 3 krytý bazén
- 4 sauna
- 5 sportovní hřiště u ZŠ
- 6 dětská hřiště

## Věk 18 - 29

[illegible]

## Věk 30 - 44

[illegible]

## Věk 45 - 59

[illegible]

## Věk 60 - 74

	11	12.1.	12.2.	12.3.	12.4.	12.5.	12.6.	13.1.	13.2.	13.3.	13.4.	13.5.	13.6.	13.7.	13.8.	16	18.1.	18.2.
Min	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	2
Max	5	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	3	5	5
Průměr	2,785714	#DIV/0!	1	1	1	1	1	1	1	1	1	#DIV/0!	1	1	1	2,357143	3,428571	3,214286
Modus	2	#N/A	1	1	1	1	1	#N/A	#N/A	1	#N/A	#N/A	1	1	1	3	3	3
Rozptyl	0,950549	#DIV/0!	0	0	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0	0	0	0,862637	0,879121	1,104396
Směrodatná odchylka	0,974961	#DIV/0!	0	0	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0	0	0	0,928783	0,937614	1,050902
č. dot. / otázka	11	12.1.	12.2.	12.3.	12.4.	12.5.	12.6.	13.1.	13.2.	13.3.	13.4.	13.5.	13.6.	13.7.	13.8.	16	18.1.	18.2.
četnost 1	0	0	6	3	4	4	7	1	1	2	1	0	11	8		4	0	0
četnost 2	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		1	2	4
četnost 3	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		9	6	5
četnost 4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	4	3
četnost 5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	2	2
četnost 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0
relat. četnosti 1	0	0	0,428571	0,214286	0,285714	0,285714	0,5	0,071429	0,071429	0,142857	0,071429	0	0,785714	0,571429		0,285714	0	0
relat. četnosti 2	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0,071429	0,142857	0,285714
relat. četnosti 3	0,285714	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0,642857	0,428571	0,357143
relat. četnosti 4	0,142857	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0,285714	0,214286
relat. četnosti 5	0,071429	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0,142857	0,142857
relat. četnosti 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0
<b>Kvartily</b>																		
1. kvartil	2	#NUM!	1	1	1	1	1	1	1	1	1	#NUM!	1	1		1,25	3	2,25
2. kvartil	2,5	#NUM!	1	1	1	1	1	1	1	1	1	#NUM!	1	1		3	3	3
3. kvartil	3	#NUM!	1	1	1	1	1	1	1	1	1	#NUM!	1	1		3	4	4

## Věk 75 a více

	11	12.1.	12.2.	12.3.	12.4.	12.5.	12.6.	13.1.	13.2.	13.3.	13.4.	13.5.	13.6.	13.7.	13.8.	16	18.1.	18.2.
Min	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1		1	1	1
Max	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1		3	5	3
Průměr	1,5	#DIV/0!	1	#DIV/0!	1	1	1	1	1	1	1	#DIV/0!	#DIV/0!	1		1,5	2,666667	2,166667
Modus	2	#N/A	1	#N/A	1	#N/A	1	#N/A	1	#N/A	1	#N/A	#N/A	#N/A		1	1	2
Rozptyl	0,3	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!		0,7	2,666667	0,566667
Směrodatná odchylka	0,547723	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!		0,83666	1,632993	0,752773
č. dot. / otázka	11	12.1.	12.2.	12.3.	12.4.	12.5.	12.6.	13.1.	13.2.	13.3.	13.4.	13.5.	13.6.	13.7.	13.8.	16	18.1.	18.2.
četnost 1	3	0	2	0	4	1	2	1	2	1	2	0	0	1		4	2	1
četnost 2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		1	1	3
četnost 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		1	1	2
četnost 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	1	0
četnost 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	1	0
četnost 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0
relat. Četnosti 1	0,5	0	0,333333	0	0,666667	0,166667	0,333333	0,166667	0,333333	0,166667	0,333333	0	0	0,166667		0,666667	0,333333	0,166667
relat. Četnosti 2	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0,166667	0,166667	0,5
relat. Četnosti 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0,166667	0,166667	0,333333
relat. Četnosti 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0,166667	0
relat. Četnosti 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0,166667	0
relat. Četnosti 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0
Kvartily																		
1. kvartil	1	#NUM!	1	#NUM!	1	1	1	1	1	1	1	#NUM!	#NUM!	1		1	1,25	2
2. kvartil	1,5	#NUM!	1	#NUM!	1	1	1	1	1	1	1	#NUM!	#NUM!	1		1	2,5	2
3. kvartil	2	#NUM!	1	#NUM!	1	1	1	1	1	1	1	#NUM!	#NUM!	1		1,75	3,75	2,75

Tab. 5.3 Pearsonův korelační koeficient

Kontingenční tabulka – pohlaví

KULTURA

Počet z pohlaví pohlaví	částka 0 - 25 Kč	26 - 50 Kč	51 - 100 Kč	100 a více Kč	nejsem ochoten si připlatit	Celkový součet
muži	24	14	8	8	13	67
ženy	17	24	18	3	11	73
<b>Celkový součet</b>	<b>41</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>140</b>
Oij	24	14	8	8	13	67
	17	24	18	3	11	73
	<b>41</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>140</b>
Eij	19,62142857 21,37857143	18,1857143 19,8142857	12,4428571 13,5571429	5,264285714 5,735714286	11,48571429 12,51428571	
Eij - (Eij - Oij)^2/Eij	0,977089292 0,896780583	0,96340478 0,88422083	1,58637035 1,45598374	1,421680558 1,304830101	0,199644634 0,183235486	
T	9,87324035					
K	9,487729037					
<b>Pearsonův koeficient IP</b>	0,256665683					

T > K zamítáme nulovou hypotézu, mezi znaky existuje závislost

Závislosti podle Pearsonova koef. mezi pohlavím a ochotou připlatit za kult. vyžití je slabá.

Počet z pohlaví pohlaví	úroveň zařízení velmi dobrá	dobrá	ani dobrá ani špatná	špatná	velmi špatná	Celkový součet	
muži	2	26		25	13	1	67
ženy	2	34		21	13	3	73
Celkový součet	4	60		46	26	4	140

Oij	2	26		25	13	1	67
	2	34		21	13	3	73
	<b>4</b>	<b>60</b>		<b>46</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>140</b>

Eij	1,914285714	28,7142857	22,0142857	12,44285714	1,914285714
	2,085714286	31,2857143	23,9857143	13,55714286	2,085714286

Eij - (Eij - Oij)^2/Eij	0,003837953	0,25657427	0,40494113	0,024946695	0,436673774
	0,003522505	0,23548598	0,3716583	0,022896282	0,400782779

T 2,161319667

K 9,487729037

**Pearsonův koeficient IP** 0,123301619

**T < K přijímáme nulovou hypotézu, mezi znaky neexistuje závislost**

**Závislosti podle Pearsonova koef. mezi pohlavím a volbou úrovně kult. zařízení je velmi slabá.**



## Sport

Počet z částka sport pohlaví	částka 0 - 25 Kč	26 - 50 Kč	51 - 100 Kč	100 a více Kč	nejsem ochoten si připlatit	Celkový součet
muži	23	20	10	5	9	67
ženy	19	27	8	3	16	73
<b>Celkový součet</b>	<b>42</b>	<b>47</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>140</b>

Oij	23	20	10	5	9	67
	19	27	8	3	16	73
	<b>42</b>	<b>47</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>140</b>

Eij	20,1	22,4928571	8,61428571	3,828571429	11,96428571
	21,9	24,5071429	9,38571429	4,171428571	13,03571429

Eij - (Eij - Oij)^2/Eij	0,41840796	0,27628045	0,22290926	0,358422175	0,734434968
	0,384018265	0,25357247	0,20458795	0,328962818	0,67407045

T	3,855666774
K	9,487729037
<b>Pearsonův koeficient IP</b>	0,163714166

**T < K přijímáme nulovou hypotézu, mezi znaky neexistuje závislost**

**Závislosti podle Pearsonova koef. mezi pohlavím a ochotou si připlatit za sport. vyžití je velmi slabá.**

Počet z úrovně spo. zařízení pohlaví	úroveň zařízení velmi dobrá	dobrá	ani dobrá ani špatná	špatná	velmi špatná	Celkový součet
muži	5	39	14	7	2	67
ženy	2	43	19	9		73
<b>Celkový součet</b>	<b>7</b>	<b>82</b>	<b>33</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>140</b>

Oij	5	39	14	7	2	67
	2	43	19	9		73
	<b>7</b>	<b>82</b>	<b>33</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>140</b>

Eij	3,35	39,2428571	15,7928571	7,657142857	0,957142857
	3,65	42,7571429	17,2071429	8,342857143	1,042857143

Eij - (Eij - Oij)^2/Eij	0,812686567	0,00150294	0,20353105	0,056396588	1,136247335
	0,745890411	0,00137941	0,18680247	0,051761252	1,042857143

T	4,239055157
K	9,487729037
<b>Pearsonův koeficient IP</b>	0,171432477

**T < K přijímáme nulovou hypotézu, mezi znaky neexistuje závislost**  
**Závislosti podle Pearsonova koef. mezi pohlavím a volbou úrovně sport. Zařízení je velmi slabá.**

## Kontingenční tabulka – věk

### Kultura

#### Věk vs. Částka

Počet z částka kult.	částka						
	0 - 25 Kč	26 - 50 Kč	51 - 100 Kč	100 a více Kč	nejsem ochoten si připlatit	Celkový součet	
věk							
18 - 29	14	18	9	7	7	55	
30 - 44	5	8	7	1	2	23	
45 - 59	18	6	7	2	9	42	
60 - 74	3	6	1		4	14	
75 a více	1		2	1	2	6	
<b>Celkový součet</b>	<b>41</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>140</b>	

<b>Oij</b>	14	18	9	7	7	55	
	5	8	7	1	2	23	
	18	6	7	2	9	42	
	3	6	1		4	14	
	1		2	1	2	6	
	<b>41</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>140</b>	

<b>Eij</b>	16,107						
	14286	15	10	4	9		
	6,7357						
	14286	6	4	2	4		
	12,3	11	8	3	7		
	4,1	4	3	1	2		
	1,7571						
	42857	2	1	0	1		

#### Věk vs. Úroveň zařízení

Počet z úroveň kul. Zařízení	úroveň zařízení						
	velmi dobrá	do brá	ani dobrá ani špatná	špa tná	velmi špatná	Celkový součet	
věk							
18 - 29		19	21	12	3	55	
30 - 44	1	13	7	2		23	
45 - 59		18	14	10		42	
60 - 74		7	4	2	1	14	
75 a více	3	3				6	
<b>Celkový součet</b>	<b>4</b>	<b>60</b>	<b>46</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>140</b>	

<b>Oij</b>		19	21	12	3	55	
	1	13	7	2		23	
		18	14	10		42	
		7	4	2	1	14	
	3	3				6	
	<b>4</b>	<b>60</b>	<b>46</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>140</b>	

<b>Eij</b>	1,57142						
	8571	24	18	10	2		
	0,65714						
	2857	10	8	4	1		
	1,2	18	14	8	1		
	0,4	6	5	3	0		
	0,17142						
	8571	3	2	1	0		

$E_{ij} - (E_{ij} - O_{ij})^2 / E_{ij}$	0,2756				
	5727	1	0	2	1
	0,4472				
	7314	0	2	0	1
	2,6414				
	63415	3	0	1	0
	0,2951				
	21951	1	1	1	1
	0,3262				
	48548	2	1	1	1

	22,473
T	01489
	26,296
K	22761
Pearsonův koeficient IP	0,3719
	11879

$T < K$  přijímáme nulovou hypotézu, mezi znaky neexistuje závislost  
 Závislosti podle Pearsonova koef. mezi věkem a ochotou připlatit za kult. vyžití je slabá.

$E_{ij} - (E_{ij} - O_{ij})^2 / E_{ij}$	1,57142				
	8571	1	0	0	1
	0,17888				
	1988	1	0	1	1
	1,2	0	0	1	1
	0,4	0	0	0	1
	46,6714				
	2857	0	2	1	0

	62,3373
T	423
	26,2962
K	2761
Pearsonův koeficient IP	0,55505
	513

$T > K$  zamítáme nulovou hypotézu, mezi znaky existuje závislost  
 Závislost podle Pearsonova koef. mezi věkem a hodnocením úrovně kult. zařízení je průměrná.

## Sport

### Věk vs. Částka

Počet z částka sport	částka					
věk	0 - 25 Kč	26 - 50 Kč	51 - 100 Kč	100 a více Kč	nejsem ochoten si připlatit	Celkový součet
18 - 29	20	16	10	2	7	55
30 - 44	6	11	4	1	1	23
45 - 59	14	13	3	2	10	42
60 - 74	1	7	1		5	14
75 a více	1			3	2	6
<b>Celkový součet</b>	<b>42</b>	<b>47</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>140</b>

Oij	20	16	10	2	7	55
	6	11	4	1	1	23
	14	13	3	2	10	42
	1	7	1		5	14
	1			3	2	6
	<b>42</b>	<b>47</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>140</b>

Eij	16,5	18	7	3	10	
	6,9	8	3	1	4	
	12,6	14	5	2	8	
	4,2	5	2	1	3	
	1,8	2	1	0	1	

### Věk vs. Úroveň zařízení

Počet z úroveň spor. Zařízení	úroveň zařízení					
Věk	velmi dobrá	dobrá	ani špatná	špatná	velmi špatná	Celkový součet
18 - 29		31	17	7		55
30 - 44		20		2	1	23
45 - 59	2	21	13	6		42
60 - 74	2	8	2	1	1	14
75 a více	3	2	1			6
<b>Celkový součet</b>	<b>7</b>	<b>82</b>	<b>33</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>140</b>

Oij		31	17	7		55
		20		2	1	23
	2	21	13	6		42
	2	8	2	1	1	14
	3	2	1			6
	<b>7</b>	<b>82</b>	<b>33</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>140</b>

Eij	2,75	32	13	6	1	
	1,15	13	5	3	0	
	2,1	25	10	5	1	
	0,7	8	3	2	0	
	0,3	4	1	1	0	

$E_{ij} - (E_{ij} - O_{ij})^2 / E_{ij}$	0,7424				
	24242	0	1	0	1
	0,1173				
	91304	1	0	0	2
	0,1555				
	55556	0	1	0	1
	2,4380				
	95238	1	0	1	3
	0,3555				
	55556	2	1	21	1
	41,779				
T	41192				
	26,296				
K	22761				
Pearsonův koeficient IP	0,4794				
	11905				

T > K zamítáme nulovou hypotézu, mezi znaky existuje závislost  
 Závislost podle Pearsonova koef. mezi věkem a ochotou si připlatit za sport. vyžití je průměrná.

$E_{ij} - (E_{ij} - O_{ij})^2 / E_{ij}$	2,75	0	1	0	1
	1,15	3	5	0	1
	0,00476				
	1905	1	1	0	1
	2,41428				
	5714	0	1	0	3
	24,3	1	0	1	0
	50,7805				
T	0469				
	26,2962				
K	2761				
Pearsonův koeficient IP	0,51591				
	8985				

T > K zamítáme nulovou hypotézu, mezi znaky existuje závislost  
 Závislost podle Pearsonova koef. mezi věkem a hodnocením úrovně sport. zařízení je průměrná.

Zdroj: vlastní